
الإعلام
الإذاعي والتلفزيوني
د. مرشد عبدصافي
الجنادرية
ALJANADRIA

الإعلام الإذاعي والتلفزيوني

د. مرشد عبد صافي

الطبعة الأولى 2017

ISBN: 978-9957-610-17-3



المملكة الأردنية الهاشمية
رقم الإيداع في المكتبة الوطنية
2016/10/5825
إسم الكتاب: الاعلام الإذاعي والتلفزيوني
إسم المؤلف: مرشد عبد صافي
الواصفات: التلفاز//الإذاعة / الاعلام



الأردن– عمان
جوال: 962796296514
تلفاكس: 96264778770
E-mail: dar_janadria@yahoo.com

المقدمة

ينبغي اعتبار التلفاز والراديو وسيلة إعلامية قادرة على توصيل رسائل ومشاعر مركبة لجمهور عريض. ففي معظم الدول، نتجت ظاهرة الجمهور الفردي عن تملك أجهزة التلفاز: ففي أفضل الحالات، يمكن أن يكون أفراد الأسرة والأصدقاء معا خلال البث. وغالبا ما يكون الأشخاص بمفردهم. وفي بعض المجتمعات، قد تكون هناك ثقافة المشاهدة المجتمعية، ولكن هذا الأمر بدأ في التلاشي نتيجة لارتفاع الدخل الشخصي.

ونتيجة لذلك، أصبح على المنتجين وجهات البث الاستفادة من التقنيات للحفاظ على استمرار المشاهدين في المشاهدة والمستمعين في الاستماع، خاصة إذا كان ما يستخدم هو المحتوى الإعلاني وليس المحتوى البرامجي. وهذه التقنيات يتم تناولها ككل من خلال الخبرة في وضع برامج التلفاز عموما. ويستفيد اختصاصيو التوعية من الإعلانات، والأفلام الوثائقية (خاصة القصص الشخصية وتوصيات المشاهير)، والعروض الدرامية أو الحلقات المسلسلة، وعروض الألعاب، وما إلى ذلك.

وكل تلك الأمور مكلفة في إنتاجها وتحتاج إلى درجة عالية من التخطيط للحفاظ على المعيار اللازم.

ولأن التلفاز وسيلة متطلبة، فهناك باستمرار طلب كبير على المواد الجديدة.

ان التلفاز والراديو من أهلم وسائل الاعلام في عصرنا الحالي وبينما يشع نجم وسائل التواصل الاجتماعي والانترنت وما الى ذلك يبقى التلفاز والراديو من أهم طرق توصيل المعلومات والرسائل لسهولة الوصول لها ولتكلفتها المتدنية.

المؤلف

الفصل الأول.... مفهوم الإعلام والإتصال

مفهوم مصطلح الإعلام

إن كلمة إعلام إنما تعني أساسا الإخبار وتقديم معلومات، أن أعلم، ويتضح في هذه العملية، عملية الإخبار، وجود رسالة إعلامية (أخبار - معلومات - أفكار- آراء) تنتقل في اتجاه واحد من مرسل إلى مستقبل، أي حديث من طرف واحد، وإذا كان المصطلح يعني نقل المعلوات والأخبار والأفكار والآراء، فهو في نفس الوقت يشمل أية إشارات أو أصوات وكل ما يمكن تلقيه أو اختزانه من أجل استرجاعه مرة أخرى عند الحاجة، وبذلك فإن الإعلام يعني "تقديم الأفكار والآراء والتوجهات المختلفة إلى جانب المعلومات والبيانات بحيث تكون النتيجة المتوقعة والمخطط لها مسبقا أن تعلم جماهير مستقبلي الرسالة الإعلامية كافة الحقائق ومن كافة جوانبها، بحيث يكون في استطاعتهم تكوين آراء أو أفكار يفترض أنها صائبة حيث يتحركون ويتصرفون على أساسها من أجل تحقيق التقدم والنمو الخير لأنفسهم والمجتمع الذي يعيشون فيه.

كما يعني المصطلح "تقديم الأخبار والمعلومات الدقيقة الصادقة للناس، والحقائق التي تساعدهم على إدراك ما يجري حولهم وتكوين آراء صائبة في كل ما يهمهم من أمور".

1-1 الإعلام لغة

هو التبليغ والإبلاغ أي الإيصال، يقال: بلغت القوم بلاغا أي أوصلتهم الشيء المطلوب، والبلاغ ما بلغك أي وصلك، وفي الحديث: "بلغوا عني ولو آية"، أي أوصلوها غيركم وأعلموا الآخرين، وأيضا: "فليبلغ الشاهد الغائب" أي فليعلم

الشاهد الغائب، ويقال: أمر الـلـه بلغ أي بالغ، وذلك من قوله تعالى: (إن الـلـه بالغ أمره) أي نافذ يبلغ أين أريد به.

2-1 التعريف العام للإعلام

الإعلام: هو التعريف بقضايا العصر وبمشاكله، وكيفية معالجة هذه القضايا في ضوء النظريات والمبادئ التي اعتمدت لدى كل نظام أو دولة من خلال وسائل الإعلام المتاحة داخليا وخارجيا، وبالأساليب المشروعة أيضا لدى كل نظام وكل دولة.

ولكن "أوتوجروت" الألماني يعرف الإعلام بأنه هو التعبير الموضوعي لعقلية الجماهير ولورحها وميولها واتجاهاتها في الوقت نفسه".

وهذا تعريف لما ينبغي أن يكون عليه الإعلام، ولكن واقع الإعلام قد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من المعلومات الصحيحة، أو الحقائق الواضحة، فيعتمد على التنوير والتثقيف ونشر الأخبار والمعلومات الصادقة التي تنساب إلى عقول الناس، وترفع من مستواهم، وتنشر تعاونهم من أجل المصلحة العامة، وحينئذ يخاطب العقول لا الغرائز أو هكذا يجب أن يكون.

وقد يقوم على تزويد الناس بأكبر قدر من الأكاذيب والضلالات وأساليب إثارة الغرائز، ويعتمد على الخداع والتزييف والإيهام، وقد ينشر الأخبار والمعلومات الكاذبة، أو التي تثير الغرائز، وتهيج شهوة الحقد، وأسباب الصراع، فتحط من مستوى الناس، وتثير بينهم عوامل التفرق والتفكك لخدمة أعداء الأمة، وحينئذ

يتجه إلى غرائزهم لا إلى عقولهم، وهذا ما يجري في العالم الإسلامي من خلال جميع وسائله الإعالمية باستثناء بعض القنوات التلفازية، والمجلات الإسلامية؛ لهذا فالتعريف العلمي للإعلام العام يجب أن يشمل النوعين حتى يضم الإعلام الصادق والإعلام الكاذب، والإعلام بالخير، والإعلام بالشر، والإعلام بالهدى، والإعلام بالضلال.

وبناء عليه يكون تعريف الإعلام هو: كل نقل للمعلومات والمعارف والثقافات الفكرية والسلوكية، بطريقة معينة، خلال أدوات ووسائل الإعلام والنشر، الظاهرة والمعنوية، ذات الشخصية الحقيقية أو الاعتبارية، بقصد التأثير، سواء عبر موضوعيا أو لم يعبر، وسواء كان التعبير لعقلية الجماهير أو لغرائزها.

2- الإعلام ولغة الحضارة

لا يعني ارتباط عنصري التعبير والتفكير، في عملية التحرير الإعلامي، أن اللغة هي جوهر الفكر وماهيته حيث تقصر كثيرا في التعبير عن الأفكار والعواطف والانفعالات، إنما يعني أن اللغة اللسانية ليست هي الوحيدة التي يعرفها الإنسان. فهناك لغات غير كلامية، تستخدم في التحرير الإعلامي. ومن هذا المنطلق يحدث التحول عن طبيعة الإعلام الأساسية من حيث ارتباطه بالتعبير والاتصال إلى مفهومه وماهيته قبل التعرف إلى لغة الحضارة التي تحقق إنسانية الفرد في إطار مجتمع يحمل الإعلام فيه لواء العملية الاجتماعية التي تمكن أفراده من أن يصبحوا كائنات اجتماعية.

والمقصود بالإعلام تزويد الناس بالمعلومات والأخبار الصحيحة والحقائق الثابتة التي تمكنهم من تكوين رأي صائب فيما يعن لهم من مشكلات، وهو يعبر بذلك عن عقلياتهم واتجاهاتهم وميولهم مستخدما الإقناع عن طريق صحة المعلومات ودقة الأرقام والإحصاءات.

وذيوع استعمال لفظ "الإعلام" في لغة الحضارة المعاصرة ليس مستحدثا ولكنه يضرب بجذوره في مراحل تطور البشرية، تطور بتطورها وجدد في وسائله ليحقق أهدافه النابعة من احتياجات الجماعات البشرية حتى أصبح من المألوف حاليا استخدام البرق والبريد والهاتف والإذاعة والتلفاز في المناسبات الاجتماعية والسياسية وعقد الصفقات التجارية، وإن نشأ حول نظام المقايضة القديم إعلام ضخم معقد.

وإذا كانت الوظيفة تخلق العضو فقد خلقت الوظائف الإعلامية، "الأجناس الإعلامية"، حيث لم يحدث أي تغير في هذه الوظائف منذ المجتمعات القبلية حتى وقتنا المعاصر، ولكن برزت مستحدثات وهياكل لتكبيرها ومد نطاقها، فنمت الكتابة ليحتفظ المجتمع برصيده من المعرفة؛ وضاعف نمو الطباعة ما يكتبه الإنسان، وبأسرع وأرخص مما يستطيع عن طريق الكتابة اليدوية، ولعبت هاتان الوسيلتان في سبيل البحث عن الحقيقة، دورا هاما حيث خلقت الكتابة أشياء متكلمة أكثرت الطباعة من إعدادها لدرجة مذهلة وخلدتها، مما جعل الفكر يستمر مع الزمان والمكان ويبقى حتى بعد الموت، وقد ينتهي الفكر

المجرد، لبعده عن الجادة، إلى سراب لتحوله في عالم يعـود إلى عهـد الإنـسان البـدائي، عـالم الأفكـار الذي هو عالم الألفاظ.

وأصبح الإنسان، بتطور الآلات، غير متقيد بزمان أو مكان مما أدى إلى اكتشاف المجتمع منذ عصور القبلية إلى عهد الحاضرة العصرية. وكيف كان يشارك في الإعلام ويخزنه ليصون التاريخ من الـضياع وليزيد من كمه الفاعل من العشرات إلى الملايين فلا يتخيـل أن يـستخدم مجتمـع متحـضر الـنمط الإعلامي الذي كان سائدا أيام القبلية، ولا يتخيل أن المجتمع القبلي يمكنه استخدام النمط الـساري في المجتمع المتحضر إذ لكل منهما مرحلة من الاتصال تناسبه.

ومن هذا تتضح العلاقة الوثيقة بين لغتي الإعلام والحضارة كما يتضح، من خـلال اسـتفراء التـاريخ الإنساني، أن الإعلام فن حضاري بالضرورة، يتصل بأسبابها وينتشر بازدهارهـا عـلى عكـس البيئـات القبلية أو القرويـة التـي تعتمـد، دون وسـائل الإعـلام الحديثـة، عـلى اكتـساب المعرفـة بالاتـصال الشخصي المباشر. ولهذا يغدو فن الإعلام، طبقا لمقتضيات نمو المجتمـع وتنـوع اختـصاصاته وتعقـد مشكلاته ضرورة حتمية بعيدة عن الخبرة الفردية المباشرة، وحلا لـصياغة المعرفـة بـصورة واقعيـة عملية بحيث لا يقع المجتمع في مجال الرؤية المباشرة لأحد أو يلجأ إلى مفهوم يفهمه بعض النـاس ولا يفهمه البعض الآخر.

وهكذا تصبح لغة الإعلام لغة حضارية تسعى للشرح والتفسير والتكامل الحضاري باعتبارها من أهم وسائل صوغ الفكر العالمي ونقل المعلومات في المجتمع البشري كله وبالتالي صياغة الحضارة، فهي كمنشور تحليل الطيف الذي ينظر من خلاله إلى العالم وحضارته.

فالحضارة العصرية تبنى إذن وفق عالم اللغة، وتتضمن كل لغة بالإضافة إلى مفرداتها، وجهات نظر وأحكام مسبقة ضد وجهات نظر أخرى، كما تخضع كافة اللغات لأطوار من التغير تتضمن ما يطرأ على العالم المحيط بمتكلميها. ولهذا يبقى العالم فيزيائيا كما هو، ولكنه يصبح في الوعي البشري عالما آخر حيث إن لكل لغة ميتافيزيقا خاصة بها تؤثر من خلالها في أسلوب التفكير دون جوهره الذي يعكس الواقع الحضاري بينما تستهدف اللغة نقل المعلومات أي الرسائل عن هذا الواقع. فالواقع الحضاري والحياة يلعبان، دون اللغة، الدور الرئيسي في النهاية.

ورغم قدرة وسائل الإعلام الفائقة على الاتصال، فإن بينها وبين الحضارة علاقة تجسدها اللغة التي تعكس حضارة الإنسان. ويذهب كثير من الكتاب إلى أن كل نقص أو قصور يعتري لغة مجتمع ما إنما يعبر عن مدى تخلفه عن ركب الحضارة. فالخبرة الإنسانية المتراكمة على مر العصور تنعكس في اللغة وتجد لها، سواء في شكل الكلام العادي أو الكتابة المعروفة أو الرسوم أو النقوش التي تركها الإنسان المبكر على جدران المغارات الكهوف أو الإنجازات

المعمارية أو الموسيقية أو الحركية كالرقص والتمثيل الصامت، تعبيرا يترجم إلى ألفاظ وتصورات ومفاهيم تنتقل إلى الآخرين.

فاللغة، في مفهومها الضيق الدقيق المعاصر لعلمي الكلام والكتابة، عنصر أساسي في حياة البشر، ويصعب بدونها قيام حياة اجتماعية متماسكة متكاملة، ويستحيل قيام حضارة ذات نظم اجتماعية وأنماط ثقافية وقيم أخلاقية ومبادئ، ومثل وحياة مادية ومخترعات باعتبار أنها أداة التفاهم والإعلام.. ويقال، في المجتمع التقليدي، بأن اللغة تستطيع أخذ الإنسان إلى تل أعلى مما يمكن أن يرى عنده الأفق ثم تجعله ينظر وراءه، وهي تعاون في تحطيم قيود المسافة والزمن والعزلة تنقل الناس من المجتمع التقليدي إلى المجتمع المتفتح حيث تتركز العيون على المستقبل. وهذا يعني وجود علاقة قوية بين الإعلام ولغة الحضارة.

ولقد نشأت فكرة "حضارة اللغة" من ارتباط وجود الحضارة الإنسانية باللغة لتميز الجنس البشري على سائر الكائنات بالفكر واللغة. وتأسيسا على ذلك فاللغة في النظرية الإعلامية، تعتبر من أهم أدوات الحضارة وأساس نشأتها وتطورها واستمرارها -فالشعوب التي تتكلم لغات مختلفة تعيش في عوالم مختلفة من الواقع، حيث تؤثر هذه اللغات في مدركاتها الحسية وأنماط تفكيرها باعتبارها الموجه الأساسي للحقيقة والواقع الاجتماعي الذي يعيشه المتكلمون بها.

ويقوم الإعلام بدور هام في تكوين الصور اللغوية الحضارية، فبتحرك المجتمع التقليدي نحو العصرية يبدأ في الاعتماد على الوسائل الجماهيرية، مما يؤدي

إلى تجميع حصيلة كبيرة من الآراء عن الأشخاص المرموقين و الأشياء الهامة وغير المهمة، عن طريق وسائل الإعلام. فالصحف والمجلات والإذاعة يتعين عليها تقرير ما تبلغ عنه عملية اختيار من تكتب عنه أو تسلط عليه الأضواء، أو ما يقتطف من أقواله أو ما تسجله من حوادث. وتتحكم هذه العملية فيما يعرفه الناس أو يتحدثون عنه وهو أمر له دلالته بالنسبة للغة الحضارية.

وعملية الإعلام ليست إلا عملية ترامز، تتم بين المصدر المرسل له بوسيلة من الوسائل وبين المستقبل الذي يحل هذه الرموز ويفسرها. وكثيرا ما تصبح الرسالة الإعلامية حروفا على الورق أو أصواتا لا معنى لها عندما لا يكون المستقبل على مستوى فهمها. وقد يحدث نفس الأمر في حالة استخدام لغة مشتركة دون الالتزام بإطار دلالي موحد لتحكم تصورات واتجاهات أي فرد في جاعة، في سلوكه ونظرته للأشياء. كما يتحكم فيه عالمان خارجي موضوعي وباطني يضم مجموعة تصوراته ومفاهيمهم بالنسبة للعالم الخارجي، وعلى معرفة هذه العوالم الباطنية ودلالاتها الحقيقية، يتوقف نجاح الإعلامي كما يتوقف هذا النجاح على معرفة حقيقة الإطارات الدلالة للأفراد والجماعات.

وتدل النظرة الشاملة للإعلام على تغلغله في كيان الحضارة، فعملية الاتصال تتم على مستويات مختلفة من حيث استخدام اللغة والرموز وتتواصل بمستويات ثلاثة في مجال التعبير اللغوي هي:

· مستوى التذوق الجمالي وهو المستعمل في الأدب.

· المستوى العلمي النظري وهو المستخدم في العلوم.

· المستوى الاجتماعي الوظيفي الهادف الذي يستخدمه الإعلام بختلف أجناسه.

وجميع هذه المستويات موجودة في كل مجتمع إنساني ويكمن الفرق في المجتمع بين المتكامل السليم والمنحل المريض منه في تقارب المستويات اللغوية في الأول وتباعدها في الثاني. ويدل تقارب هذه المستويات اللغوية على تجانس المجتمع وحيوية ثقافته ومن ثم يكون متكاملا سليم الحضارة.

3- الإعلام والتنمية

لقد أصبح الإعلام السمة المميزة للعصر، وأضحى تأثيره في حياتنا طاغيا لا يستطيع معه أي فرد في أي ركن من أركان الدنيا أن يتجنبه، إنه يصنع العقول، يحركها، يغير اتجاهات الأفراد ويوجههم إلى حيث يشاء، بل هو يصنع الأحداث، بل ويصنع الأخبار، يخطو بالشعوب والدول ويتقدم بها إلى الأمام، تلك مهمة الإعلام الرشيد، أو يخطو بهم إلى الوراء، إلى التخلف أو الثبات والجمود، وهو ما يصنع إعلام ظلامي غير مستنير يتسم دائما بالجمود، أو إعلام مغرض عدائي يسعى إلى وقف مسيرة الشعوب نحو ما هو أفضل لها، إن الإعلام هو الذي يرسم اليوم ما يمكن أن نطلق عليها الخريطة الإدراكية الوجدانية للشعوب، فتبرز شعوب مستنيرة متكاملة الشخصية لها فعالياتها وتحقق ذاتيتها ووجودها، أن تخلق شعوبا تعاني من الخواء الوجداني والإدراكي أمام ضغوط توجهات إعلامية تسعى إلى تجريد الأفراد من هويتهم وانتماءاتهم وقيمهم ومعتقداتهم وثقافتهم الذاتية.

4- مفهوم التخطيط الإعلامي

التخطيط هو السمة المميزة للحياة، إنه الحياة نفسها، هو النظام، وعكسه الفوضى والارتجال.. فالإنسان يحدد هدفا ويدرس كافة الإماكنيات المتاحة والقوى المتوفرة لديه، ويرسم خطة يقوم بتنفيذها على طريق بلوغ ذلك الهدف، وهذا هو أساس التخطيط، والتخطيط يرتبط بالضرورة بأناس يملكون الوعي والمعارف والتجارب والمهارات والوسائل، والتخطيط يعني الحاضر والمستقبل، ويعني وضع خطة بعد القيام بدراسات مستفيضة قبل البدء في تنفيذ أي من المشروعات الاقتصادية أو التعليمية أو التروبوية أو الإنتاجية أو الثقافية أو السياسية أو السكانية أو العمرانية أو الإعلامية أو أي مشروع يخدم الحاضر ويعمل من أجل المستقبل في كافة المجالات مع حشد كافة الإمكانيات المتاحة اللازمة للتنفيذ بنجاح والوصول إلى الأهداف أو النتائج المرجوة، والسابق التخطيط لها. والدولة، أي دولة تقوم بتوجيه قواها الفاعلة نحو الأهداف التي تأمل في تحقيقها من أجل ما ترى فيه مصلحتها ومصلحة أبنائها مستغلة في ذلك كافة الوسائل المتاحة أو ما تعمل على توفيره من وسائل، وهكذا نجد أن الخطة تشمل ثلاثة خطوط متوازية:

1. تحديد الأهداف.

2. تحديد الإمكانيات اللازمة لتحقيق الأهداف.

3. أساليب تحقيق تلك الأهداف.

1-4 ما هو التخطيط الإعلامي إذن؟

إن التخطيط الإعلامي، وفي أبسط تعريفاته بما يحمله من قيمة دالة، هو حشد كافة الطاقات الإعلامية البشرية والمادية وكافة المؤسسات الإعلامية الجماهيرية، والشخصية، بدءا من النشرات الصغيرة أو الملصقات والشعارات إلى المؤسسات الصحفية الكبرى، من الإذاعات المحلية الصغيرة، إلى الشبكات الإذاعية والتلفزيونية العملاقة.

إن التخطيط الإعلامي المتكامل هو التخطيط الذي يضع في اعتباره من البداية وحدة العمل الإعلامي بكافة صوره وأشكاله، مع استغلال كافة القنوات الإعلامية والاتصالية وعناصرها البشرية والمادية وجعلها في خدمة الاستراتيجية العليا للوطن.

2-4 الترتيب المنطقي للتخطيط الإعلامي

والترتيب المنطقي الأساسي للتخطيط الإعلامي يشمل ما يلي:

1. استراتيجية عامة تشمل الأهداف العليا الثابتة للوطن والشعب التي لا يجوز المساس بها على مدى طويل ونطلق عليها الثوابت وهي تمثل نمط بقاء المجتمع، ولها أهداف على المدى البعيد.

2. استراتيجية إعلامية تستوعب هذه الأهداف العليا الثابتة.

3. سياسات إعلامية عليا وهي جزء من الاستراتيجية وتقوم على توجهاتها وتنبثق عنها. ولهذا نقول إن السياسة الإعلامية ، هي السياسية النابعة من الاستراتيجية، وهـي تفـسير لهـا إن جـاز لنـا هـذا التعبير، ولهذا ينبثق أيضا عن تلك الـسياسة العليـا مجموعـة مـن الـسياسات الأكـثر تفـصيلا فقـد نتحدث عن سياسة سعرية أو سياسة تأمينية أوسياسة محصولية، سياسة الطاقة، وسياسـة إذاعيـة، وسياسة صحفية... وغيرها.

4. الخطط التنفيذية وهي تمثـل الـشكل والمـضمون معـا، فهـي بمثابـة بـرامج التنفيـذ الموضـوعي للسياسة الإعلامية القائمة على الاسـتراتيجية الإعلاميـة القائمـة عـلى الاسـتراتيجية العامـة للمجتمـع والدولة.

3-4 كيف يتم تحديد الاستراتيجية؟

من هو واضعها؟

إن أساس الاستراتيجية أو العامل الفعال في تحديدها هو وجود فلسفة معينـة أو وجهـة نظـر معينة، فالفلسفة هنا إنما تعين وجهة نظر، وهي في أبسط تعريفاتها مجرد تصور للعالم يشمل كافة نواحي الحياة من خلال وجهة نظر محددة، وقد تكون فلسفة أو وجهـة نظـر حـاكم أو صانع أو صناع القرار أو فلـسفة المجتمـع أو الـشعب أو فلـسفة النظـام الحـاكم أو أصـحاب المصالح، والفلسفة طبقا للإطار العام لهذه الدراسـة، هـي تـصور للعـالم يـشمل كافـة الـصور الحـضارية المعيـشية والـسياسية والاجتماعيـة والثقافيـة والأخلاقيـة، وقـديما اعتـبر صـناع القرار أنفسهم آلهة أو أنصاف آلهة أو وسطاء بين الشعب والرب، هكـذا وجـدناهم في مـصر

القديمة وبلاد الإغريق، ووجدنا من يربط بينه وبين الدولة ومن يقول المعز لدين اللــه أو الحـاكم بأمر اللـه أو آية اللـه أو الإمام الأكبر، وهتلر قال بوجود الشعب المختار من الجنس الآري، وقبله قال اليهود عن أنفسهم إنهم شعب اللـه المختار، وهتلر قام بتصفيات عرقية واليهود يقومـون إلى اليوم بتصفيات عرقية، والصرب الـذين يؤمنـون بـصربيا الكـبرى يفعلـون ذلـك بمـسلمي البوسـنة والهرسك، والجميع وضعوا استراتيجيتهم الإعلامية على أساس هذه الفلسفة.

الفصل الثاني.. تطور وسائل الإعلام

مراحل تطور وسائل الإعلام

هناك ثلاث مراحل واضحة تمر بها كل دولة من أجل تنمية وسائل إعلامها الجماهيرية، والتي تشمل المطبوعات والإذاعة والتلفزة، فكما هو معروف لدينا أن أي شيء قابل للنمو والتطور لا بد وأن يمر في مراحل قد تطول او تقصر أو تتعدد، وهذا راجع إلى طبيعة وظروف ذلك الشيء.

أما بالنسبة لوسائل الإعلام الجماهيرية، فإنها تمر بثلاث مراحل في تطورها، اما عن المدة التي تمكثها الوسيلة في كل مرحلة فهذا راجع على ظروف الدولة التي تملك تلك الوسيلة، من حيث تطورها ودخلها وحجمها وموقعها وثقافتها، وهذه المراحل هي:

1. مرحلة النخبة
2. مرحلة الشيوع
3. مرحلة التخصص
4. المرحلة الالكترونية
5. مرحلة الاتصال متعدد الوسائط

أولا: مرحلة النخبة

تتميز هذه المرحلة بما يلي:

1. انتشار الأمية والجهل والفقر بين الناس

2. وسائل الإعلام موجودة فقط في العاصمة وبعض المدن الرئيسية الكبرى

3. لا تخدم وسائل الإعلام سوى طبقة معينة من السكان هم المتعلمون والمثقفون والأطباء وأصحاب المناصب

4. الغالبية العظمى من السكان لا يستطيعون القراءة ولا يملكون المال الكافي لشراء الصحف وأجهزة الراديو، وبالطبع أجهزة التلفزيون

5. معظم السكان لم يتعرضوا لأي مادة إعلامية قامت ببثها أو نشرها وسيلة إعلامية جماهيرية، لأنهم يسكنون في القرى التي هي بمعزل عن بعضها البعض.

6. المواد الإعلامية في الإذاعة والتلفزيون غالبا ما تكون إخبارية وتعليمية.

ثانيا: مرحلة الشيوع

تدخل وسائل الإعلام لدولة ما في هذه المرحلة عندما يحدث الآتي:

1. تزداد نسبة التعليم بين السكان

2. يرتفع دخل الفرد بدرجة ملحوظة

وبهذا تكون عوائق انتشار وسائل الإعلام (الجهل والفقر) قد تحطمت نسبيا، فلهذا نجد ان هناك نسبة من السكان أصبحت قادرة على شراء الصحف، ونسبة أخرى منخفضة يمكنها شراء أجهزة الراديو، وأن تتحمل عبئ ثمن الكهرباء من أجل استعمل التلفزيون إذا زودت به.

أما بالنسبة للتعليم فإن الغالبية من السكان تحمل درجة بسيطة من التعليم ما يمكنه من القراءة، والبقية لديها على الأقل الشهادة الثانوية.

إن ارتفاع الدخل وارتفاع نسبة التعليم يعني ازدياد عدد المستقبلين للمواد الإعلامية، وهذا بدوره يدفع القائمين على هذه الوسائل إلى مجاراة هذه الزيادة، وتحديدا في نوعية المواد الإعلامية التي ترسل يوميا للجمهور.

ويدخل الإعلان في هذه المرحلة لكي يساهم في تحسين المواد الإعلامية وتغطية تكلفة الزيادة في ساعات البث وفي عدد الصحف.

ومن متابعة خصائص هذه المرحلة يتبين لنا الآتي:

1. إن تطور وسائل الإعلام الجماهيرية المسموعة والمرئية يتوقف على ارتفاع الدخل وليس على ارتفاع نسبة التعليم.

2. إن تطور وسائل الإعلام المطبوعة يتوقف على ارتفاع نسبة التعليم أولا ثم الدخل، فالغني الجاهل لا يستفيد من شراء الصحف أو غيرها من الوسائل المطبوعة.

ثالثا: مرحلة التخصص

إن مرحلة التخصص هي المرحلة التي تقوم فيها وسائل الإعلام بخدمة كل فئة متخصصة من المجتمع (الأطباء، المهندسون، الإعلاميون، الزراعيون، الاقتصاديون، ...) وذلك بتقديم مواد إعلامية موجهة إلى كل فئة من هذه الفئات.

وتخدم هذه الوسائل في الوقت ذاته عامة الشعب، بتقديم رسائل إعلامية عامة كالأخبار والبرامج الترفيهية والثقافية وغيرها.

ولا تبدأ هذه المرحلة في أي دولة إلا إذا توافرت لها المقومات التالية:

1. ارتفاع نسبة المتعلمين وارتفاع نسبة التعليم
2. ارتفاع عام في دخل الفرد
3. وجود وقت فراغ كاف لمعظم السكان ما بين (4-6) ساعات يوميا
4. عدد سكان الدولة مرتفع.

رابعا: المرحلة الإلكترونية

بدأت هذه المرحلة منذ منتصف القرن التاسع عشر باكتشاف الموجات المغناطيسية وما تبع ذلك من تجارب ومحاولات لاستغلال هذه الموجات حتى نجح العالم الإيطالي ماركوني في إرسال إشارات لاسلكية ومن ثم اختراع الراديو عام 1906م، وتوالت بعد ذلك المخترعات والمكتشفات التي ما لبث أن حققت

ثـورة اتـصالية قلبـت كـل المـوازين، وشـكلت نقلـه نوعيـة كبـيرة في وسـائل الاتـصال الإنساني.

فخلال هذه المرحلة ظهر التلغراف والتلفون والفونوغراف، ثم التصوير الفوتوغرافي فالفيلم السينمائي، ثم الإذاعة المرئية (التلفزيون)، والتليكس، وصولاً إلى الأقمار الصناعية والفاكس والفيديو وغير ذلك من وسائل الاتصال والإعلام. لتظهر الحاسبات الإلكترونية وتتطور جيلا بعد جيل وتدخل كل مجالات الحياة ومنها المجالات الإعلامية.

وأحدثت هذه المرحلة ثورة في نظم الاتصال وحولت العالم إلى قرية عالمية إلكترونية يعرف الفرد فيها بالصوت وبالصورة وبالكلمة المطبوعة كل ما يحدث وقت وقوعه.

إلا أن هذا الانفجار المعلوماتي جعل الإنسان العادي يعجز عن متابعة ما يحدث في العالم على مستوى الأحداث اليومية العامة، أو على مستوى التخصص العلمي أو المهني .

وكان اختراع الورق على يد الصينيين منذ آلاف السنين نقلة حضارية كبيرة أدت خدمات جليلة إلى الجنس البشري، لعل من أهمها الحفاظ على جزء كبير من التراث البشري من الضياع، وقد رسخ اختراع المطبعة مكانة الورق بشكل كبير فقد أصبح الورق المطبوع الوعاء الرئيسي لنقل العلم والمعرفة والأفكار والأحاسيس، كما أدى الورق دوراً كبيراً في تسيير حياتنا اليومية و

خاصة في مجال المعاملات التجارية و الإدارية التي تحتاج دائما للتسجيل والتوثيق.

إلا أن الثورة التي شهدها العالم في مجال الاتصال خلال القرن العشرين والتي أدت إلى ظهور أوعية جديدة لنقل وحفظ المعلومات تتسم بدرجة أكبر من المرونة في التعامل معها، شكلت خطرا لا يمكن تجاهله على المكانة التي كان ينفرد بها الورق، و بدأت وسائل الإعلام المطبوعة في التفكير في أوعية غير ورقية لنشر رسائلها وخاصة بعد الارتفاع الجنوني في أسعار الورق، والذي أدى إلى ارتفاع تكلفة الطباعة بشكل كبير.

وأدركت الصحافة أهمية أن يكون لها موطن قدم على شبكة الإنترنت منذ البداية وخاصة بعد الارتفاع المتزايد في أعداد مستخدمي الشبكة والأرباح الكبيرة للإعلانات و التجارة عبر الإنترنت.

كما أن الإنترنت أتاحت للصحافة مجموعة من الخدمات الجديدة التي أحدثت ثورة في مجال العمل الصحفي.

فالصحافة تستطيع الاستفادة من الشبكة على أكثر من مستوى:

المستوى الأول: شبكة الإنترنت كمصدر للمعلومات

1. الاستفادة منها كأداة مساعدة للتغطية الإخبارية أو كمصدر من المصادر الأساسية لتغطية الأحداث العاجلة الإخبارية وذلك من خلال المواقع الإخبارية والمواقع التفاعلية والاجتماعية.

2. الاستفادة منها في إعداد الصفحات التي تضم مواد صحفية متخصصة كالرياضة والأدب والفن والمرأة والاقتصاد حتى صفحات التسلية والفكاهة والكلمات المتقاطعة.

3. التعرف على الكتب والإصدارات الجديدة من خلال المكتبات ونوافذ عرض الكتب وبيعها.

4. الاستفادة منها كمصدر لاستكمال المعلومات والتفاصيل والخلفيات عن الأحداث المهمة وذلك بعد ربطها بقسم المعلومات وبصالة التحرير، أو من خلال إنشاء قسم خاص بالإنترنت مثل صحيفة الأهرام القاهرية.

والاستفادة من الإنترنت في عملية التغطية الصحفية والتحرير هي استكمال لتيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية فقد ساعدت الحاسبات الإلكترونية عملية التحرير الصحفي وطورتها في عملية جمع المعلومات وتحليلها وتفسرها وفي استنباط وسائل وأشكال تحريرية جديدة.

وتبلور عن هذا ظهور ما أطلق عليه تيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية وهي الصحافة التي تعتمد في تغطيتها الصحفية وأسلوب تحريرها على المصادر المعتمدة على الحاسبات الإلكترونية وتطبيقاتها المختلفة وقد تكون تلك فورية مثل شبكة الإنترنت وقواعد البيانات التجارية المباشرة، وغير فورية مثل قواعد البيانات غير المباشرة مثل الموجودة على (CD).

ولتيار الصحافة المستعينة بالحاسبات الإلكترونية أربعة أشكال رئيسية:

الشكل الأول: التغطية الصحفية المستعينة بالحاسبات الإلكترونية

توظيف الحاسبات الإلكترونية وبرامجها في التحليل الكمي للبيانات الضخمة الموجودة في قواعد البيانات أو في بناء مجموعات وتحليلها رقميا.

الشكل الثاني: البحث المستعين بالحاسبات الإلكترونية

الاستعانة بقواعد البيانات التي تزود ببيانات ثانوية عن الموضوعات والتي تضم تقارير، مقالات، دراسات.

الشكل الثالث: البحث المرجعي المستعين بالحاسبات الإلكترونية

وهي كتب مرجعية مثل القواميس اللغوية والموسوعات والأدلة والقواميس المتخصصة كالجغرافية وقواميس الشخصيات وتكون على شكل مراجع افتراضية توجد على الإنترنت أو على الأقراص المدمجة.

الشكل الرابع: اللقاءات المستعينة بالحاسبات الإلكترونية

استغلال المجتمعات الافتراضية للعالم السلكي المرتبط من خلال الشبكات والبريد الإلكتروني وجماعات المناقشة.

المستوى الثاني: شبكة الإنترنت كوسيلة اتصال

1. الاستفادة منها كوسيلة اتصال خارجية بالمندوبين والمراسلين يتم عبرها تلقي رسائلهم المكتوبة والمرسومة والمصورة والاتصال بمصادر الصحيفة المختلفة وتلقي موادهم الصحفية، كما يمكن عبرها عقد الاجتماعات التحريرية مع فريق المراسلين المحليين والخارجين يوميا، كما يمكن للمحررين الإفادة منها في إجراء الأحاديث عن بعد مع مختلف الشخصيات في مختلف بلاد العالم من خلال البريد الإلكتروني وكذلك الاتصال بمختلف الجهات الرسمية والخاصة.

2. الاستفادة من تقنية الإنترنت كنظام للاتصالات الداخلية للمؤسسة مع ربطه بشبكة الانترنيت خاصة في أقسام المعلومات الصحفية وقسم الأخبار.

المستوى الثالث: شبكة الإنترنت كوسيلة للاتصال التفاعلي مع الجمهور

عبر توسيع فرص المشاركة لقراء الصحيفة من خلال توفير قنوات الاتصال مع الجمهور عبر البريد الإلكتروني وصولا إلى الأنظمة التفاعلية الكاملة.

المستوى الرابع: شبكة الإنترنت كوسيط للنشر الصحفي

من خلال إصدار نسخ من الجريدة نفسها، قد تكون نصا ثابتا أو متحركا، قد تكون الجريدة نفسها أو ملخصا لها، وقواعد للبيانات، وأرشيف

الصحيفة، وأعدادها السابقة، أو إصدار جرائد ومجلات كاملة من الألف للياء على الإنترنت مثل مجلة المراسل.

المستوى الخامس: شبكة الإنترنت كوسيط إعلاني

فالانترنت يضيف دخلاً جديداً إلى المؤسسة من خلال نشر إعلان على موقع المؤسسة أو إصداراتها الصحفية المباشرة، أو من خلال إنشاء موقع أو أكثر لها يقدم معلومات أساسية عنها.

المستوى السابع: الاستفادة منها في تقديم خدمات معلوماتية

من خلال تحول المؤسسة الصحفية إلي مزود بخدماتها إلى أي مشترك، وتقديم خدمات تصميم المواقع، وإصدار الصحف والنشرات عليها لحساب الغير.

مميزات النشر عبر الإنترنت

تتيح شبكة الإنترنت للصحف الوصول إلى القارئ في أي مكان في العالم، فلم تعد الحدود الجغرافية تشكل حاجزاً يمنع انتشار الصحف في أي جزء من العالم طالما أنه متصل مع شبكة الإنترنت، ورغم أن الصحف قد بدأت في التغلب على الحواجز الجغرافية قبل اعتمادها النشر عبر الإنترنت من خلال تعدد طبعات الصحيفة في أكثر من مكان في العالم في نفس الوقت إلا أنها عملية مكلفة للغاية ويقتصر توزيع الصحف من خلالها على مناطق محدودة

من العالم، فلا يمكن للصحيفة أن تصدر طبعة لها في كل دولة حتى يتمكن مواطنوها من قراءتها.

وتمثل هذه الخاصية أهمية خاصة بالنسبة للصحف العربية، فهي تفتح المجال للوصول إلى القراء العرب المغتربين في الخارج، والذين لا يمكن إيصال نسخ مطبوعة إليهم بسبب بعد المسافة، وخاصة العرب في استراليا وأمريكا الشمالية والجنوبية.

كما تسمح هذه الخاصية للصحف العربية بأن تصل إلى القارئ العالمي وخاصة إذا نشرت المادة الصحفية بلغات مختلفة، وتستطيع من خلال ذلك إبراز القضايا العربية التي يغفلها الإعلام الغربي، وعرض وجهة النظر العربية عنها.

تعتبر الصحافة الإلكترونية وسيلة اتصال متدفقة فهي لا تحتاج إلى عمليات معقدة حتى تصبح متاحة للقراء مثل الصحافة المطبوعة، وبالتالي فإن التعديل في محتوى الصحف الإلكترونية يتم بشكل مستمر بحيث يمكن أن تحقق الصحيفة سبقاً خبرياً قبل وسائل الإعلام الأخرى، وقد ألغت هذه السهولة الكبيرة في تحديث المادة الصحفية الحاجة إلى وضع ترقيم لأعداد الصحيفة الإلكترونية، واستبدلت الصحف الترقيم بوضع تاريخ آخر تعديل طرأ على المادة المنشورة، وهو ما يدفع القارئ إلى زيارة موقع الصحيفة الإلكترونية أكثر من مرة في اليوم حتى يطلع على أخر المستجدات.

تتيح الصحافة الإلكترونية قدراً كبيراً من التفاعلية بين القارئ والصحيفة فالقارئ يمكن أن يختار المدى المعلوماتي الذي يحتاج أن يصل إليه، وبالتالي فالصحيفة الإلكترونية يمكن أن ترضي مستويات مختلفة من القراء، فالقارئ العادي سيكتفي بقراءة المادة الصحفية بينما سيتمكن القارئ الأكثر ثقافة من الحصول على معلومات أكبر عن موضوع المادة الصحفية عبر الوصلات التي قد تحمله إلى موضوعات مشابهة ضمن أرشيف الصحيفة أو إلى مواقع أخرى خارج الصحيفة.

ومن جهة أخرى فإن القارئ سيكون بإمكانه أن يراسل الصحيفة من خلال البريد الإلكتروني أو عبر موقع الصحيفة نفسه، وقد تصل التفاعلية إلى مشاركة القارئ في تحرير الصحيفة الإلكترونية عبر التعليق على المواد المنشورة أو إرسال أخبار أو مقالات أو غير ذلك، وبذلك فإن الصحيفة تستطيع أن تمتلك شبكة ضخمة من المراسلين في مختلف أماكن العالم دون أن تتكبد أي نفقات.

أتاحت تقنيات الوسائط المتعددة للصحافة الإلكترونية أن تلغي الحد الفاصل بين العديد من وسائل الاتصال، فهي تسمح بالدمج ما بين نصوص الصحف وبين الصوت والصورة الفوتوغرافية و الفيديو بحيث تشعر وأنت تتصفح الصحيفة الإلكترونية وكأنك أمام صحيفة يومية وجهازي راديو وتلفزيون في وقت واحد.

وقارئ الصحيفة الإلكترونية بإمكانه أثناء قراءته لخبر افتتاح دورة رياضية أن يطلب مشاهدة مشاهد من هذا الافتتاح، أو أن يستمع إلى كلمة الافتتاح، وبإمكان القارئ أيضاً أن يستمع إلى آخر نشرات الأخبار من الإذاعة التي يفضلها أثناء تصفحه للجريدة الإلكترونية من خلال وصلة موجودة في موقع الصحيفة إلى الموقع الإلكتروني للإذاعة دون أن يؤثر أي من العمليتين على الآخر.

تتيح الصحيفة الإلكترونية للقارئ أن يقوم بنسخ الأخبار والصور وتخزينها وإعادة تحريرها أو أرشفتها، وهو ما يسهل أن يحتفظ القارئ بأرشيف إلكتروني للأخبار والموضوعات التي تهمه أما بتخزينها على جهاز الكمبيوتر الشخصي، أو على اسطوانات، بدلاً من أن يحتفظ بأرشيف ورقي وهو ما يحتاج إلى مساحة كبيرة، ووقت لاسترجاع المعلومات التي يرديها.

يعتبر النشر عبر الإنترنت وسيلة نظيفة غير ضارة بالبيئة بعكس الطرق التقليدية للنشر التي تؤدي إلى قطع آلاف الأشجار كل عام من أجل إنتاج الورق، بالإضافة إلى الأضرار البيئية التي تسببها المخلفات التي تنتج من هذه العملية من ورق وأحبار.

يعتبر النشر عبر الإنترنت وسيلة رخيصة نسبيا مقارنة بوسائل الاتصال الأخرى التي يمكن من خلالها تحقيق توصيل الرسالة إلى عدد ضخم من المستفيدين كالقنوات الفضائية أو الإذاعات الدولية.

خصائص وسمات الصحافة الإلكترونية

تحمل بيئة عمل الصحافة الإلكترونية الكثير من الاختلافات عن بيئة عمل الصحافة المطبوعة، وهناك مجموعة مترابطة ومتكاملة من الخصائص أو السمات السائدة في بيئة عمل الصحافة الإلكترونية كالتالي:

أولا: تعدد الوسائط

إذا كان الراديو يقدم الصوت والتليفزيون يقدم الصوت والصورة والصحافة المطبوعة تقدم النص، فإن الصحافة الإلكترونية هي الوسيلة الوحيدة التي بإمكانها تقديم الثلاثة معا بشكل مترابط وفي قمة الانسجام والإفادة المتبادلة.

ويعود ذلك إلى أن أدوات ممارسة الصحافة الإلكترونية تعتمد بالأساس على التعامل مع المحتوى المخزن رقميا، الذي يتم فيه جمع وتخزين وبث جميع أشكال المعلومات ويعتبرها ذات طبيعة واحدة بغض النظر عما إذا كانت صوتا أو صورة أو نص، ومن ثم يجعل من السهل أن تضع ملفا رقميا على حاسب أو موقعا بالإنترنت بداخله نص أو صوت أو صورة.

التحدي الأكبر أمام الصحفي في مثل هذا النوع من الصحافة هو امتلاك مهارات التعامل مع الأدوات والأجهزة السمعية والبصرية والمكتوبة، ثم القدرة على تكوين رؤية تستطيع صهر كل هذه المواد في بوتقة واحدة تخدم الجمهور.

ثانيا: التفاعل والمشاركة

في الصحافة المطبوعة يكون التفاعل الوحيد بين القارئ والجريدة هو النظر إلى المادة التي تستهويه ثم القراءة، وتقليب الصفحات للأمام والخلف، وفي التليفزيون يجلس ويتلقى بسلبية كل ما يذاع، وإن كانت هناك محاولات لنشر ما يعرف بالتليفزيون التفاعلي، لكن الصحافة الإلكترونية تسمح بمستوى غير مسبوق من التفاعل، يبدأ بمجرد البحث في مجموعة من النصوص والاختيار فيما بينها، و ينتهي بإمكان توجيه الأسئلة المباشرة والفورية للصحفي أو مصدر المعلومة نفسه، أو التدخل للمشاركة في صناعة خبر أو معلومة جديدة أثناء القراءة وتصفح الموقع، من خلال إبداء الملاحظات أو المشاركة في استطلاعات الرأي والحوارات الحية مع الآخرين حول ما يقرأ.

ثالثا: التمكين

في الصحافة المطبوعة ليس للجمهور خيار سوى قراءة ما هو مكتوب بالصحيفة، لكن الصحافة الإلكترونية تقبل بفكرة تمكين الجمهور من بسط نفوذه على المادة المقدمة وعملية الاتصال ككل، من خلال الاختيار ما بين الصوت والصورة والنص الموجود مع المحتوى الصحفي سواء كانت أخبارا أو تقارير أو تحليلات، والمصادر المتعددة فالقارئ ليس أمامه قصة إخبارية واحدة فقط حول القضية، بل بين يديه كل القصص التي نشرت عن الموضوع نفسه في السابق، وروابط لمواقع أخرى يمكنه أن يجد بها معلومات إضافية، وبين يديه أيضا خدمات متعددة يمكنه الاختيار من بينها.

رابعا: الخدمات المضافة

لا يمكن للصحيفة المطبوعة أن تقدم شيئا خارج سطور الحبر المصفوفة على الـورق، وإذا كانت هناك خدمة مـا فعـلى الجمهـور الاتـصال بالـصحيفة والانتظـار للعـدد التـالي ليبحـث عـن الخدمة، لكن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية تقدم للجمهور سلسلة من الخدمات المـضافة القائمـة على فكرة السرعة أو الآنية، فالصحيفة بإمكانها أن تلعب دور حلقة الاتصال اللحظية أو الآنية بين جمهورها عبر حلقات النقاش وغرف المحادثة ومنتديات الحوار وقوائم البريـد وغيرهـا، وتـستطيع مضاعفة القدرة على التحقق من الوقائع بشكل فوري عبر تعدد المصادر والإحالات الموجودة عـلى الموقع، وتستطيع القيام بخدمة التحديث الفوري للمعلومات تبعا لتطور الأحداث.

خامسا: الشخصنة

لا تستطيع الصحيفة المطبوعة أن تقدم نسخة مفصلة أو معدة حـسب احتياجـات كـل قارئ على حدة، بيد أن بيئة عمل الصحافة الإلكترونية بما تحمله من مرونـة واعـتماد كثيـف عـلى تكنولوجيا المعلومات بإمكانها أن تجعل كـل زائـر للموقـع قـادرا عـلى أن يحـدد لنفـسه وبـشكل شخصي الشكل الذي يريد أن يرى به الموقـع، فيركـز عـلى أبـواب ومـواد بعينهـا ويحجـب أخـرى، وينتقى بعض الخدمات ويلغى الأخرى، ويقوم بكل ذلك في أي وقت يرغبه، وبإمكانه أيضا تعديله وقتما يشاء، وفي كل الأحوال هو يتلقى ويستمع ويشاهد ما يتوافق مع اختياراته الشخصية ولـيس ما يقوم الموقع ببثه.

سادسا: الحدود المفتوحة

في الصحافة المطبوعة يواجه المحررون عادة مشكلة محدودية المساحة المخصّصة للنشر، وهذه المشكلة ليس موجودة في الصحافة الإلكترونية بسبب خاصية الحدود المفتوحة، فمساحات التخزين الهائلة الموجودة على الحاسبات الخادمة التي تدير المواقع لا تجعل هناك قيودا تتعلق بالمساحة أو بحجم المقال أو عدد الأخبار، يضاف لذلك أن تكنولوجيات الإنترنت ـ خاصة تكنولوجيا النص الفائق والروابط النشطة ـ تسمح بتكوين نسيج متنوع وذو أطراف وتفريعات لا نهائية تسمح باستيعاب جميع ما يتجمع لدى الصحيفة من معلومات.

سابعا: خصائص أخرى للصحافة الإلكترونية

توفر بيئة عمل الصحافة الإلكترونية فرصا كبيرة للوصول عبر الإنترنت إلى مختلف أنحاء العالم، عكس عدد كبير جدًا من وسائل الإعلام التقليدية التي تكون مقيدة - في أغلب الأحيان - بحدود جغرافية محددة، كذلك تتسم الصحافة الإلكترونية بالتكلفة الأقل، فتكلفة إنشاء موقع أقل من تكلفة إنشاء صحيفة.

خامسا: مرحلة الاتصال متعدد الوسائط

تتسم هذه المرحلة بمزج أكثر من تكنولوجيا اتصاليه تملكها أكثر من وسيلة لتحقيق الهدف النهائي، وهو توصيل الرسالة إلى الجمهور المستهدف.

وقد أطلق على هذه المرحلة العديد من المسميات من أبرزها: مرحلة الاتصال متعدد الوسائط Multimedia، ومرحلة التكنولوجيا الاتصالية التفاعلية Interactive، ومرحلة الوسائط المهجنة Hypermedia .

وترتكز هذه المرحلة التي يمكن أن نطلق عليها أيضا اسم مرحلة الاتصال التفاعلي أو مرحلة الوسائط المتعددة على مجموعة من المرتكزات الرئيسية هي: الحاسبات الإلكترونية في جيلها الخامس، وأنظمة الذكاء الصناعي، إضافة إلى الألياف الضوئية وأشعة الليزر والأقمار الصناعية.

تشكل هذه المرحلة تزاوجا بين تكنولوجيا الاتصال وتكنولوجيا المعلومات حتى أصبح من العسير الفصل بين الاثنين بسبب التطور الهائل الذي شهده مجال تقنيات الاتصال والمعلومات، فقد جمع بينهما النظام الرقمي الذي تطورت إليه نظم الاتصال فترابطت مع شبكات المعلومات وهو ما نلمسه في حياتنا اليومية، وبذلك فقد انتهى عهد استقلال نظم المعلومات عن نظم الاتصال و دخلنا في عهد جديد للمعلومات والاتصالات.

هذا الأمر دفع وسائل الإعلام المختلفة إلى تطوير أنماط عملها لتتماشى مع هذه التكنولوجيا الجديدة، وتستطيع أن تستغل إمكانياتها المذهلة، وتبرز الصحافة كواحدة من أكثر وسائل الإعلام استغلالاً لإمكانيات هذه التكنولوجيا سواء في مرحلة جمع المادة الصحفية أو في مرحلة نشر هذه المادة عبر أساليب النشر الإلكتروني، وخاصة عبر شبكة الإنترنت؛ مما أدى إلى

مفهـــوم جديـــد للـــصحافة الإلكترونيـــة، وإلى حـــدوث ثـــورة حقيقيـــة في تطبيقـــات الصحافة.

كما تعتبر وسيلة الإنترنت من أفضل الأمثلة التـي تطبـق فيهـا تقنيـات مرحلـة الاتـصال متعدد الوسائط، فبعد التغيير الكبير الذي طرأ على شبكة الإنترنت منذ مطلع التـسعينيات بفـضل استخدام تقنيات و أساليب جديدة للتواصل ونـشر المـواد النـصية والـصور الثابتـة والمتحركـة عـبر الإنترنت من خلال استغلال الإمكانيات التي يوفرها الدمج بين أجهزة الكمبيوتر وأجهزة الاتصالات، استطاعت وسائل الإعلام المختلفة أن تستغل هذه الإمكانيات الكبـيرة في عـرض موادهـا الإعلاميـة من خلال شبكة الإنترنت، فظهرت على الشبكة مواقع تبـث الـبرامج التلفزيونيـة والإذاعيـة بـشكل حي أو مسجل، وظهـرت الـصحف الإلكترونيـة التـي تـدمج بـين المـادة النـصية والـصوت والـصور الفوتوغرافية و أفلام الفيـديو في تقـديم معالجاتهـا للأحـداث المختلفـة، وبـذلك يتـوفر لمـستخدم الإنترنت مجموعة من وسائل الاتصال من خلال جهاز واحد، وهو ما أدى إلى زيادة كبـيرة في عـدد مستخدمي الشبكة.

وأصبح المظهر الأسـاسي لتطـور الإعـلام والأكـثر بـروزا في حياتنـا المعـاصرة هـو الـسرعة؛ سرعة تدفق الأخبار والمعلومات وتداولها فعندما اغتيل الرئيس الأمريكي " أبرهام لنكون" في أبريل سنة 1865 استغرق وصول خبر مقتله ستة أشهر حتى يعـم الولايـات المتحـدة الأمريكيـة وحـدها، وعنـدما اغتيـل الـرئيس الأمـريكي جـون كينيـدي في 1963 وصـل خـبر مقتلـه إلى جـل الأمـريكيين

خلال الساعة التي تم فيها، أما عندما تم تنفيذ حكم الإعدام في الرئيس الروماني نيكولا شوشيسكو في ديسمبر 1989 فقد علم الشعب بالخبر في الدقيقـة التـي حـدث فيهـا بفـضل البـث التلفزيـوني المباشر، وعندما تمت محاصرة مجلس الدوما الروسي للإطاحـة بـالرئيس الـروسي الـسابق "إلتـسين" علم مستخدمو الانترنيت بالحدث في الثانية ذاتها.

الفصل الثالث.. الإذاعة

الإذاعة... (النشأة والتقنية)

تاريخيا مرت الإذاعة بعدة محطات ومراحل في نشأتها وتطورها يمكن اختصارها في مراحل ثلاث هي:

1. مرحلة النشأة
2. مرحلة ظهور الترانستور
3. مرحلة استخدام تقنية F.M

1. مرحلة النشأة

أدى تطور الراديو في أواخر القرن التاسع عشر إلى ثورة في الاتصالات، ففي ذلك الوقت لم يكن هناك سوى وسيلتين للاتصال السريع بين المناطق البعيدة، هما: البرق والهاتف، وكلاهما يتطلب أسلاكًا لحمل الإشارات بين المناطق المختلفة.

يصعب تحديد تاريخ ولادة الراديو أو تسمية مخترعه، فهو وليد سلسلة من الاكتشافات التي تتابعت وتكاملت تدريجياً على مدى سنوات كثيرة، ويعود الفضل في تطوير تقنيات البث إلى الأعمال التي قام بها الكثير من الرواد في القرن التاسع عشر.

ومع ذلك يرجع الكثيرون اكتشاف الراديو إلى سنة ١٨٩٦ عندما نجح ماركوني في إرسال إشارات كهرومغناطيسية عبر الأثير، وكان العلماء يجرون التجارب قبل ذلك بنحو نصف قرن في مجال الكهرباء والكهرومغناطيسية.

ومن أهم العلماء الذين أسهموا في هذا المجال العالم الأمريكي جوزيف هنري والفيزيائي البريطاني مايكل فاراداي، وقد أجرى العالمان، كل على حدة، تجاربهما على المغانط الكهربائية وتوصلا إلى النظرية التي تنص على أن مرور تيار في سلك يمكن أن يؤدي إلى مرور تيار في سلك آخر، مع أن السلكين غير متصلين، وتسمى هذه النظرية نظرية الحث.

وقد شرح الفيزيائي البريطاني جيمس كلارك ماكسويل هذه النظرية عام 1864م بافتراضه وجود موجات كهرومغناطيسية تنتقل بسرعة الضوء، وفي عام 1880م أثبت الفيزيائي الألماني هينريتش هرتز بتجاربه صحة نظرية ماكسويل التي أثبتت أن الموجات الكهرومغناطيسية يمكن أن تنتقل من خلال الهواء بسرعة تساوى سرعة الضوء (300000 كم/ث)، وساعدت هذه التجارب ماركوني في تحقيق تجربته الناجحة في الإرسال الإذاعي .

ومن العلماء الذين سبقوا ماركوني في هذا المجال أيضا تشارلز وينستون، ووليم اف كوك، وصامويل مورس.

الاستخدامات الأولى للراديو

لفتت تجارب ماركونى انتباه المهتمين بشؤون البحرية، وبينما كان التلغراف يستخدم في ذلك الوقت في نقل الرسائل إلا أنه كان بلا فائدة في مجال الاتصال البحرى، فقبل ظهور الراديو كانت السفن التي تبتعد عن الأرض مقطوعة الاتصال تماما بالعالم باستثناء السفن التي بجوارها،لذلك استخدم الراديو في الاتصال بين السفن التجارية القادمة، ثم استخدم في إرسال الرسائل للسفن وهى في البحر.

وحتى يثبت الراديو أهميته كان لوقوع بعض الكوارث دورا في إبراز أهمية الراديو كوسيلة اتصال ومنها الكارثة التي لحقت بسفينة الركاب Republic وتيتناك في عامي ١٩٠٠ و ١٩١٢ على الترتيب وقد لعب الاتصال بالراديو دورا هاما في إرسال إشارات استغاثة أمكن بفضلها إنقاذ ٧٠٠ راكب من السفينة تيتانك التي غرق منها ١٥٠٠ راكب راحوا ضحية لهذا الحادث الأليم.

وتعتبر الإذاعة كوسيلة اتصال تطورا للراديو "اللاسلكي" والتليفون وهى ليست اختراعا جديدا في حد ذاته، وقد استخدم الراديو في مجالات أخرى عديدة، ولم يكن للإذاعة أسبقية في استخدام الموجات الكهرومغناطيسية فقد استخدمت السفن والطائرات اللاسلكي، كما استخدمه رجال الأعمال في عقد الصفقات التجارية، وقد واجهت الإذاعة مشكلات فنية تتعلق باستقبال الإشارات وأمكن التغلب على هذه المشكلات كما ذكرنا.

اكتشفت إمكانيات البث الإذاعي مصادفةً، ففي أحد أيام عام 1919 كـان المهندسـون في شركة تصنيع في بيتسبرغ في الولايات المتحدة الأمريكية يجرون تجارب على إرسـال صـوتي وخطـرت لهم فكرة إرسال الموسيقى الصادرة عن أسطوانات الحاكي على التناوب مع الكلام ولدهشتهم تلقوا طلبات لمزيد من الإرسال الموسيقي من مستمعين هواة غـير متـوقعين كـانوا يـستخدمون معـدات استقبال منزلية الصنع.

أمـا أول محطـة إذاعيـة تجاريـة منتظمـة فقـد ظهـرت في 2نـوفمبر عـام ١٩٢٠ باسـم KDKAفي مدينة بيتسبرغ بواسطة شركة ويستنغهاوس، وقد افتتحت هذه المحطـة بإذاعـة نتـائج الانتخابات الرئاسية في ولاية ميتشجان الأمريكية، وظلت منـذ ذلـك الوقـت تـذيع بانتظـام بـرامج تتألف من اسطوانات موسيقية وأحاديث وأغاني، كما كانت بين الحين والآخر تذيع الموسيقى الحية التي يعزفها اوركسترا، وفضلا عن ذلك كانت تذيع الأخبار في نشرة منتظمة تـضم الأخبـار المحليـة في المدينة، وأخبار الولاية منقولـة عـن الـصحف وأخبـار بـاقى الولايـات ودول العـالم منقولـة عـن وكالات الأنباء.

ومع نهاية 1922 كانت هناك أكثر من 576 محطـة إذاعـة تجاريـة في الولايـات المتحـدة الأمريكية، وتم بيع أكثر من مائة ألف جهاز استقبال في نفس العام ومـع حلـول العـام 1925 كـان هناك 5.5 مليون جهاز استقبال في أمريكا وحدها.

وعـرف المـذياع او جهـاز الاسـتقبال للإذاعـة في فـترة النـشأة بـالتلفون اللاسـلكي TSF (Telephone Sans Fils) ولم تعمـم لفظـة الراديـو إلا في الثلاثينـات مـن القـرن المـاضي، وكـان الاستماع للإذاعة في البداية جماعيا في أماكن محددة وانتشار أجهزة الاستقبال الراديو محدودة.

لقد كان مطلع العـشرينات مـن القـرن العـشرين بدايـة للبـث الإذاعـي في الكثـير مـن البلدان، ففي كندا انطلق أول بث نظامي عام 1920، وفي أستراليا افتتحت أول محطـة في ملبـورن عام 1921، وفي بريطانيا أُحدثت شركة البث البريطانية BBC عام 1922، وفي فرنسا بـدأ أول بـث منتظم وكان من برج إيفل في العام نفسه، وتزامن ذلك أيضاً مع بداية البث في الاتحاد الـسوفييتي الـسابق، ومـع نهايـة عـام 1923 كانـت قـد أسـست محطـات بـث إذاعـي في كـل مـن بلجيكـا وتشيكوسلوفاكيا السابقة وألمانيا وإسبانيا، ثم في فنلندة وإيطالية في عام 1924 والـنرويج وبولونيـا والمكسيك واليابان في عام 1925 والهند في عام 1927، ثم بقية الدول تباعاً.

2. ظهور الترانستور:

لقد عمل ظهور الترانستور عام 1952 عـلى نقـل العمـل الإذاعـي مـن طور إلى آخـر واحـدث نقلـة نوعيـة كـبرى، فتحولـت الإذاعـة مـن الاسـتخدام العائلي إلى الاستخدام الفردي ومن الاستماع في مكان واحد بصورة جماعيـة إلى الاستماع في أماكن متعددة، في الشاطئ والسيارة والمطبخ وغرف النـوم وأمـاكن

العمل...الخ، مما أتاح فرصا متعددة للاستماع لمضامين البرامج الإذاعية وان قل التركيز الذي كان حاصلا في الاستماع الجماعي.

كما أتاح اختراع الترانستور إلى امتلاك أغلبية الناس لجهاز الراديو حيث قلل من كلفة تصنيعه وبالتالي من أسعار البيع، وبالتالي فإن هذه المرحلة شكلت الانتشار الأوسع والأكبر للإذاعة في العالم كوسيلة إعلامية رغم ظهور التلفزيون في نفس الحقبة ومنافسته الشديدة.

3. ظهور تكنولوجيا F.M:

كان لظهور تكنولوجيا الإرسال والاستقبال الإذاعي المعروف بـ F.M (التضمين الترددي) في بداية الثمانينات من القرن المنصرم آثارا واسعة ومهمة في طبيعة العمل الإذاعي ووظائفه وعلاقة الجمهور به.

كان من أهم نتائج البث عبر موجات F.M تعدد القنوات الإذاعية وتنوع ملكيتها وظهور الإذاعات المتخصصة وانتشار الإذاعات المحلية، كما مكن من استخدام F.M من رفع مستوى جودة الإشارة الصوتية ووصول الإشارة إلى المستقبلات بنفس جودة إرسالها وهو ما لم يكن حاصلا في البث عبر الموجات الأخرى، كما أدى إلى تصنيع أجهزة تلتقط عددا كبيرا من موجات الإذاعات في إطار حيز صغير وبفارق بسيط بينهما، كما قلل من التشويش عند الاستقبال.

النظم الإذاعية

وعلى ضوء ما سبق، يمكن حصر الأنظمة الإذاعية في العـالم مـن خـلال أربعـة اتجاهـات مختلفة تحدد الطريقة التي سيتم بواسطتها تنظيم الإذاعة في كل دولة وهي:

1. نظام الإشراف الحكومي.
2. النظام الاحتكاري.
3. النظام التجاري الحر.
4. النظام المختلط.

وفيما يلي تعريف بهذه الأنظمة الإذاعية الرئيسية في العالم:

1- نظام الإشراف الحكومي

- تمتلك الحكومة تحت هذا النظـام هيئـات الإذاعـة المـسموعة والمرئيـة، وتـشرف عليهـا وتديرها.
- تتخذ الإذاعة في ظل هذا النظام شكل هيئة حكومية تتبع إحدى الوزارات كوزارة الإعلام أو وزارة الثقافة أو وزارة الفنون... ألخ، وقد تتخذ شـكل هيئـة مـستقلة ماديـاً وإداريـاً، وتخضع لإشراف الدولة المباشر.

- ينتشر هذا النظام في معظم الدول، خاصة الدول النامية، التي تقوم برسم سياستها الإعلامية، وتحديد أهدافها الإعلامية بما يتفق والمصلحة العامة للدولة.

- يُلقى على عاتق الإذاعة (المسموعة والمرئية) مسؤولية توحيد الفكر والمشاركة في عملية التنمية، والحفاظ على النظام العام، ودحض الشائعات، والارتقاء بالمستوى الثقافي لجمهور المستمعين والمشاهدين.

- يرجع انتشار نظام الإشراف الحكومي بهذا الشكل في معظم دول العالم، إلى أن الإذاعة هي الامتداد التكنولوجي الطبيعي لخدمات البرق والهاتف والبريد التي كانت تمتلكها الدولة في كل دول العالم.

- من أسباب امتلاك معظم دول العالم لإذاعاتها، ينبع من إدراك هذه الدول بقدره الإذاعة في التأثير على الرأي العام، ولذلك توّظف الدول التي تمتلك الإذاعات المسموعة والمرئية هذه الخدمات ذات التأثير الكبير على الرأي العام لتحقيق أهداف الدولة وتستخدمها في الإرشاد والتوجيه وخاصة من خلال البرامج الثقافية والإخبارية والاجتماعية والسياسية والدينية بل والدرامية من خلال الدراما التنموية والاجتماعية.

- تدرك الدول التي تشرف على إذاعاتها مقدرة هذه الوسائل الاتصالية في التأثير على النظام والأمن الداخلي للدول، لاختلاف الإذاعة بشقيها المسموع والمرئي عن وسائل الإعلام الأخرى كالصحف والمجلات والكتب والأفلام التي يمكن وضعها تحت الرقابة.

- خطورة الراديو والتلفزيون الأساسية تأتي من أن الكلمة المُذاعة حينما تنطلق في الفضاء لا يمكن استرجاعها، حيث تتخطى الحواجز والصعوبات الطبيعية والمُصطنعة وتدخل جميع الأماكن مهما كانت محاولات التشويش أو غلق الأبواب والنوافذ، ولعل المثال الكلاسيكي الذي يستشهد به في هذا الصدد: حالة الذعر الذي أحدثه برنامج "حرب الكواكب" والذي ألفه "ارسون وليز عام 1938"، وأذاعته إحدى محطات الإذاعة الأمريكية، وكان هذا البرنامج قد أُذيع على أنه حدث حقيقي، ويُصور هجوم سكان كوكب المريخ على كوكب الأرض، وفشل القوات المسلحة الأمريكية في التصدي لهم، حيث أدى هذا البرنامج إلى أن أُصيب المواطنون بالذعر، وهربوا إلى الشوارع وأُصيبت حركة المرور في مدينة نيويورك بالشلل التام ووقعت حوادث كثيرة.

2- النظام الاحتكاري

- تعطي فيه الدولة حق الإذاعة إلى "هيئة عامة أو خاصة".

- تتمتع هذه الهيئة بقدر كبير من الحرية لأن الحكومة لا تديرها ولا تتدخل في عملها، إنما تقوم بالإشراف عليها فقط، وغالباً ما يتخذ هذا الإشراف شكلاً غير مباشر لأنه يتم بواسطة مجلس إدارة أو مجلس أمناء، تقوم الدولة بتعيين أعضائه.

- ترتبط الهيئات الإذاعية العامة أو الخاصة تحت هذا النظام بالدولة عن طريق إحدى الوزارات، حيث تقوم هذه الوزارات بالإشراف على السياسة الإذاعية للهيئة.

- تعطي الدولة – في ظل هذا النظام – للهيئة الإذاعية حرية تصرف واسعة من حيث اتخاذ القرارات والبرمجة والإنفاق، ولا يحق للهيئة المُشرفة التدخل في شؤون الإذاعة، إلا إذا لاحظت مخالفات تمس اللوائح التي تحدد الإطار العام الذي تعمل فيه هذه الإذاعة.

- وعلى الرغم من أن معظم هذه الهيئات تحظى بثقة الدولة وتتمتع بحرية كبيرة، إلا أنها تخضع لقدر من الإشراف الحكومي الذي قد يؤدي في بعض الحالات الخطيرة إلى وقف خدماتها.

- في حالة إعطاء الدولة امتياز الإذاعة لهيئة خاصة على غرار ما هو معمول به في كل من: السويد وسويسرا، يشارك المواطنون في امتلاك الهيئة الإذاعية، وتحتفظ الدولة في هذه الحالة بحقها في الإشراف على الهيئة، إما عن طريق امتلاك النصيب الأكبر من أسهم الهيئة، أو عن طريق الاحتفاظ لنفسها بعدد كبير من ممثليها في مجلس إدارة الهيئة لضمان أغلبية الأصوات.

- يهدف هذا النظام الاحتكاري للإذاعة إلى تقديم خدمة عامة تتصف بالتكامل والتوازن لجمهورها، ويرجع ذلك إلى أن معظم الدول التي تتخذ هذا النظام قد حققت قدراً كبيراً من الاستقرار السياسي والتقدم والنمو،

على عكس الدول النامية التي قد تكون في طور إرساء الأسس اللازمة لقيام أمـة حديثـة، والتي تقع على عاتقها مهمة مؤسساتها الاجتماعية والاقتصادية والسياسية.

- الهيئات الإذاعية تقع في الوسط بين الإذاعـات التـي تخـضع لـلإشراف التـام مـن الدولـة - وبالتالي تميل إلى عدم إعطاء وزن كبير لرغبات المواطن العادي - وبـين الإذاعـات التـي تعمل على أساس تجاري بحت وتخضع لرغبات هذا الجمهور في المقام الأول.

- تسمح معظم الهيئات الإذاعية الاحتكارية بإذاعة قدر من الإعلانات، ولكنها تخضع هذه الإعلانات إلى قدر كبير من الإشراف والرقابة، ولا تسمح بإذاعة إعلانات عن بعض السلع التي ترى فيها الضرر على مواطنيها، كما أنها لا تسمح للمُعلن أن يختـار البرنـامج الـذي يريد أن يعلن من خلاله كما هو معمول به في الإذاعـات القائمـة عـلى النظـام التجـاري البحت.

- يتم تمويل الإذاعة في ظل هـذا النظـام الاحتكـاري إمـا عـن طريـق تخـصيص جـزء مـن ميزانية الدولة لهيئة الإذاعة أو عن طريق فرض ضريبة على أجهزة الراديـو والتلفزيـون، أو فرض ضريبة على استهلاك التيار الكهربائي أو تخـصيص إعانـة حكوميـة تـساهم بهـا الدولة في تغطية جزء من نفقات الإذاعة والتلفزيون.

3- النظام التجاري الحر

- يمتلك في ظله الأفراد والشركات التجارية والهيئات بأنواعها محطات الإذاعة والتلفزيـون، وتُستخدم الإذاعة تحت هذا النظام للكسب المادي وينظر إليها "كمشروع تجاري".

- ينحصر دور الحكومات في ظل النظام التجاري الحر في توزيع الـترددات عـلى المتقـدمين والترخيص لهم بالعمل، بالإضافة إلى الإشراف على محتويات البرامج بحيث تحتـوي عـلى قدر تحدده الدولة من برامج الخدمة العامة كالبرامج الثقافية والتعليمية والدينية.

- تتبع هذا النظام الولايات المتحدة الأمريكية وعدة دول من أمريكا الجنوبيـة كـما تأخـذ به بعض دول أوربا مثل موناكو ولوكسمبرج.

- حجر الزاوية لهـذا النظـام هـو التنـافس بـين المحطـات لجـذب أكـبر عـدد ممكـن مـن المستمعين والمعلنين، ولهذا تحرص هذه الإذاعات على تنويع برامجها وتحسينها لاستمالة جمهور المستمعين والمشاهدين، لأن المعلن لا يدفع ثمناً لإعلاناتـه إلا إذا كـان متأكـداً أن إعلانه يصل إلى أكبر عدد ممكن من الجمهور.

- تـولي هـذه الإذاعـات ومعلنيهـا اهتمامـاً بالغـاً بنتـائج بحـوث المـستمعين والمـشاهدين فالإذاعـات التجاريـة، تـرى في هـذه النتـائج، المرجـع الأول والأخـير في رسـم سياسـاتها الإذاعية..

- تغلب نسبة البرامج الترفيهية في هذه المحطات على غيرها من ألوان البرامج الأخرى، حيث تمثل نسبة كبيرة لمجموع البرامج بالمقارنة مع البرامج الجادة، غير أن هذه المحطات لا تهمل البرامج الإخبارية والسياسية والثقافية وبرامج الخدمة العامة، فهي مُطالبه من قبل الدولة بإذاعة قدر من هذه البرامج، ومن ناحية أخرى عليها أن ترضي جميع رغبات جمهورها التي تدور حول موضوعات واهتمامات عدة، فهذه المحطات لا يمكن أن تعمل وتربح وتستمر إلا إذا كانت تلبى حاجات جمهورها تشبع رغباته، وترضي أذواقه.

- تمويل هذه المحطات التجارية، يتم عن طريق إذاعة الإعلانات التي تتخذ في أحيان كثيرة شكل تمويل برامج كاملة أو شكل إعلانات متفرقة تذاع خلال البرامج طوال ساعات البث.

4- النظام الإذاعي المختلط

- تلجأ بعض الدول نتيجة لظروفها المجتمعية إلى الأخذ بأكثر من نظام إذاعي واحد.

- في هذه الحالة تمتلك الدولة هيئة إذاعية رسمية كما أنها تعطي للهيئات العامة والخاصة وللأفراد حق امتلاك محطات إذاعية أخرى بموجب اتفاقيات تحدد فيها حقوق وواجبات كل من: الدولة والإذاعة.

- يعتبر أفضل مثال لهذا النظام: النظام الإذاعي الكنـدي حيـث تعمـل المحطـات الخاصـة جنباً إلى جنب مع هيئة الإذاعة الكنديـة الرسـمية، وتنتـشر المحطـات المملوكـة للأفـراد والهيئات الخاصة في المناطق الآهلة بالسكان، بينما تقوم هيئة الإذاعة الكنديـة بتغطيـة جميع المناطق الجغرافية وخدمة المواطنين جميعا، وكذلك الأمر في الأردن.

البث الإذاعي

تألف نظام البـث الإذاعـي مـن سلـسلة تبـدأ مـن محطـة البـث، وتنتهـي عنـد أجهـزة الاستقبال، بحيث تضخم في هذا النظام الإشـارات الكهربائيـة الـصادرة عـن الميكروفونـات أو آلات قراءة الأسطوانات أو الأشرطة المغنطيسية أو الأقراص الليزرية، وتُنقـل الإشـارات إلى المُرسـل الـذي يقوم بتعـديل موجـة راديويـة حاملـة يـشعها هـوائي الإرسـال، ثـم تنتـشر هـذه الموجـة الحاملـة للمعلومات في الفضاء ويلتقط هوائي استقبال تلك الموجـة، ومـن ثـم يـستخلص المـستقبل الإشـارة المفيدة من الموجة الحاملة ويوصلها إلى مكبر الصوت.

- **تنظيم البث الإذاعي**

كُلِّف الاتحاد الدولي للاتصالات بعيد الحرب العالميـة الأولى، الـذي أنـشئ في عـام 1865 تحت اسم اتحاد البرق الدولي، تنـسيقَ اسـتخدام الـترددات الراديويـة عـلى مـستوى العـالم، وهـذا الدور للاتحاد الدولي ضروري، إذ تُتفادَى بفضله التداخلات بين الموجات الصادرة عن المرسـلات في البلدان المختلفة خاصة في المناطق الحدودية، وذلـك بتخـصيص حـزم ترددـيـة مختلفـة لكـل بلـد،

ويقوم كل بلد بدوره بتخصيص كل مرسل لديه بحزمة ترددية معينة حول تردد معين يسمى التردد الأساسي.

وللعدد الهائل من المُرسلات في العالم، قسّمت هذه الجهة الدولية المشرّعة طيف الأمواج الكهرومغناطيسية إلى ترددات حصرية مخصصة لمرسِل معين، وإلى ترددات متشاركة مخصصة لمرسِلين اثنين أو أكثر تباعدهما الجغرافي كبير بما فيه الكفاية لمنع التداخلات.

- **المُرسِلات**

توفر وسائط بث البرامج إشارة كهربائية منخفضة التردد (موافقة للصوت) وبعرض حزمة يراوح بين 5 و15 كيلو هرتز طبقاً للنظام المستخدم .

ويتمثل دور المرسِل في استخدام هذه الإشارة لتعديل موجة كهروراديوية مميزة بترددها (التردد الحامل)، ثم في إشعاع تلك الموجة بوساطة الهوائي، ولا يمكن الفصل بين المرسل والهوائي، إذ أن استطاعة الأول ومخطط إشعاع الثاني يحددان معاً، وتبعاً لشروط الانتشار، المنطقة التي يغطيها المرسل.

تختلف بنية المرسل باختلاف طريقة التعديل المستخدمة، ومع هذا فيوجد في جميع المرسلات وحدات رئيسية مشتركة كالمهتز المحلي الذي يزود بالإشارة الحاملة، ومضخمات الاستطاعة التي تقدم للإشارة المرسلة الاستطاعة اللازمة للانتشار، وهوائي الإرسال.

وتُستخدم الأمواج القصيرة في البث الإذاعي خصيصاً لتوفير تغطية انتقائية للمناطق البعيدة من سطح الكرة الأرضية، ومن ثَم فإن أنظمة الهوائيات تكون أكثر تعقيداً في هذه الحالة، إذ تستخدم تقنية الأمواج الموجهة، وبمقدور محطة واحدة من هذا النوع البث الموجه بعشرات اللغات في اليوم الواحد إلى القارات الخمس. ويتعلق اختيار ساعات البث والتردد المستخدم بأحوال الانتشار.

- **المستقبلات وتطورها**

يعد المستقبِل أكثر الأجزاء حرجاً في نظام البث الإذاعي، فمع وجود آلاف المحطات المرسِلة في العالم العاملة على أنماط متنوعة كالبث الإذاعي AMوالبث الإذاعي FMوالبث التلفزيوني وأنظمة الاتصالات الراديوية العسكرية منها والمدنية، وعلى حزم ترددية متنوعة، وبمستويات استطاعة إرسال عديدة، فإن المستقبِل يواجه مهمته في انتقاء الإشارة المطلوبة ورفض كل الإشارات الأُخرى.

ومما لاشك فيه أن التطور المذهل في الإلكترونيات كاستبدال الترانزيستورات بالأنابيب الإلكترونية، وتقنيات الدارات التكاملية وغيرها، قد أسهم في تحسين أداء المستقبلات وفي خفض حجمها ووزنها وكلفتها، إلى جانب التطورات المذهلة التي رافقت الثورة الرقمية والتي تسمح اليوم بالحصول على أداء متميز جداً وجودة صوت تضاهي جودة الأقراص الليزرية.

مهمات البث الإذاعي

- يسهم البث الإذاعي في تطوير المجتمع من حيث توفيره نقل المعرفة والمعلومات واستخدامها، وقد لاقت بعض الموضوعات اهتماماً خاصاً في البث الإذاعي لطبيعتها ومنها القضايا السياسية والدينية والتعليم وبرامج الأطفال والفنون، وانتشرت شبكات بث إذاعي متخصصة في إحدى تلك المجالات كالموسيقى أو الأخبار أو البرامج الدينية وغيرها.

- البث الإذاعي وسيلة مهمة لنشر الأفكار السياسية والمعرفية على جمهور واسع بنشرات الأخبار والبرامج والندوات السياسية، كما أن البرامج الدينية كانت وما تزال دائمة الحضور في البث الإذاعي كنقل الاحتفالات الدينية والصلوات والنقاشات، أما البرامج التعليمية فمنها ما هو مخصص للمدارس ويشمل موضوعات متنوعة كاللغات والتاريخ والموسيقى والعلوم، ومنها ما هو مخصص للبالغين من أجل تزويد المتابع ببعض المهارات أو تعليمٍ ما كاللغات الأجنبية مثلاً، ومنها ما يندرج في إطار الجامعة المفتوحة .

- الترويج للفنون كالأغنيات والموسيقى إذ أن الكثير من محطات البث الإذاعي لها فِرقها الموسيقية الخاصة ومطربون متعاقدون معها، إلى جانب البرامج المرتبطة بالجوانب الثقافية المختلفة من مؤلفات وندوات ومسرح وغيرها.

- يعتبر وسيلة الإعلام المعتمدة في حالات الطوارئ والكوارث، كالهزات الأرضية على سـبيل المثال، من أجل إبلاغ المواطنين بالتعليمات وبمراكز الإسعاف وبنقاط التجمع.

الخطوات التي يمر بها الإرسال الإذاعي

يبدأ الإرسال الإذاعي من الإستوديو عن طريق الميكروفون وينتهي عنـد سـماعة الراديـو إلى أذن المستمع، ويمكن إيجاز الخطوات التي يمر بها الإرسال الإذاعي في النقاط التالية:

أولا: في إستوديو الإذاعة

يبدأ الإرسال الإذاعي من داخـل الإسـتوديو، حيـث يقـوم الميكروفـون بتحويـل الطـاقة الصوتيـة إلى طـاقة كهربائية تنقل إلى غرفة مراقبة الإستوديو.

ثانيا: في غرفة مراقبة الإستوديو

في غرفة المراقبة يـتم تقويـة الطاقـة الكهربائيـة التـي تعـبر عـن الـصوت الخـارج مـن الإستوديو، وذلك عن طريق جهاز التقوية Amplifier، ثم يمر الصوت الـذي أصـبح تيـارا كهربائيـا إلى غرفة المراقبة الرئيسية بمبنى الإذاعة، وجدير بالذكر أن غرفة المراقبة الخاصة بالإسـتوديو تـذاع منها الأشرطـة والاسـطوانات المـسجل عليهـا كافـة الـبرامج التـي تـشمل عليهـا الخريطـة اليوميـة للمحطة الإذاعية، وتمر المواد المسجلة على الأشرطة والاسـطوانات عـلى جهـاز التقويـة الموجـود في غرفة مراقبة الإستوديو ومنها إلى غرفة المراقبة الرئيسية.

ثالثا: في غرفة المراقبة الرئيسية

في هذه الغرفة يتم تجميع الإشارات الصوتية الكهربائية لجميع الخدمات الإذاعية، حيث تتجمع في هذه الغرفة الأصوات التي تعبر عن مضمون كل خدمة إذاعية، بمعنى أن التيار الكهربائي الذي كان أصلا صوت يصل إلى غرفة المراقبة الرئيسية، ووظيفة هذه الغرفة أنها تقوم بإرسال الإشارات الكهربائية الصوتية لمختلف الخدمات الإذاعية إلى محطات الإرسال، ويتم ذلك عن طريق وصلات لاسلكية تربط بين مبنى الإذاعة ومحطات الإرسال المختلفة التي تنتشر في جميع أنحاء الدولة.

رابعا: في محطة الإرسال

يقوم جهاز المولد أو المذبذب الموجود في محطة الإرسال Transmitterبإنتاج ذبذبات أو نبضات كهربائية منتظمة التردد تعرف باسم الموجات الحاملة The Carrier Waves.

والموجة الحاملة هي موجة منتظمة التردد يمكنها حمل الصوت والانتشار لمسافات بعيدة،ويتم الانتشار حسب نوع الموجة المستخدمة في البث الإذاعي، فعلى سبيل المثال يمكن للموجات المتوسطة الانتشار لمسافات أبعد من الموجات الطويلة، كما يمكن للموجات القصيرة الانتشار لمسافات أبعد من الموجات المتوسطة.

ويختلف طول الموجة وترددها من محطة إلى أخرى، حتى لا يحدث تداخل بين المحطات وبعضها، حيث توزع الموجات والترددات الإذاعية على الدول عن طريق الإتحاد الدولي للاتصالات، إلا أنه مع توفر تكنولوجيا الاتصال بالأقمار الصناعية فسوف تتاح قنوات عديدة يمكن أن تستخدم في مجال الإرسال الإذاعي عن طريق ما يسمى بالراديو الفضائي.

ماذا يتم في محطة الإرسال؟

ذكرنا أن المولد أو المذبذب يقوم بإنتاج الموجات الحاملة التي تختلف أطوالها بين محطة وأخرى، وفي محطة الإرسال يتم:

تحميل الموجات الصوتية الواصلة من المحطة الإذاعية فوق الموجة الحاملة التي تعمل عليها المحطة وتعرف هذه العملية باسم التعديل (Modulation)، وعملية التعديل هي عبارة عن وضع الإشارة الصوتية فوق الموجة الحاملة.

تسمى الموجة الجديدة باسم الموجة المعدلة والتي تبث عن طريق هوائي محطة الإرسال لتنتشر في الأثير وتصبح صالحة لاستقبالها عن طريق أجهزة الراديو.

هوائي محطة الإرسال

يقوم هوائي محطة الإرسال ببث الموجات المحملة بالإشارات الصوتية في الأثير، ويجب أن يكون هذا الهوائي في أماكن مرتفعه عن سطح البحر ليغطى مساحات كبيرة، وتسمى الموجات التي تخرج من هوائي الإرسال وتنتشر على سطح الأرض باسم الموجات الأرضية Ground Waves.

أما الموجات التي تترك الهوائي وتتجه نحو طبقة الايونوسفير وتنعكس ثانية إلى الأرض فتعرف باسم الموجات السماوية Sky Waves.

خامسا: مرحلة الإستقبال عن طريق جهاز الراديو

يقوم هوائي الراديو بالتقاط الموجات الإذاعية المنتشرة في الفضاء، وتأتى هذه الموجات من إذاعات من داخل الدولة وخارجها، وعلى العموم فإن هوائي الراديو يسمح بمرور موجة واحدة فقط عند الاستماع للراديو، ويتم ذلك عن طريقة المؤشر الذي يتحكم في اختيار أطوال الموجات والترددات الإذاعية، بمعنى أن مؤشر الراديو يتحكم في تعديل طول الموجة عن طريق تغيير سعة المكثف الموجود بجهاز الراديو، وبعد أن يتم اختيار الموجة المطلوب الاستماع إليها فإنها تمر بالمرحلتين التاليتين داخل جهاز الراديو.

سادسا: مرحلة الكشف

تتم هذه العملية داخل جهاز الراديو، وهى عكس عملية التعديل التي تمت في محطة الإرسال، وفي هذه العملية يتم فصل صوت المادة المذاعة من المحطة الإذاعية عن الموجة المشكلة، بمعنى أن إشارة الصوت تُفصل عن الموجة الحاملة وتؤخذ التيارات الكهربائية الدالة على الصوت إلى مقوي، حيث يتم تقويتها ثم تنقل إلى سماعة الراديو.

سابعا: مرحلة الاستماع عبر سماعة الراديو

تقوم سماعة الراديو بتحويل التيارات الكهربائية الدالة على الصوت، والتـي تـم فـصلها عن الموجة الحاملة إلى طاقة صوتية هي نفس الصوت تماما الذي خرج من الإستوديو، فيصلُ هـذا الصوت إلى أذن المستمع كما وقع في الإستوديو.

أقسام جهاز الراديو

يقسم جهاز الراديو علميا إلى عدة أقسام أهمها:

1. الهوائي: الأداة التي تجمع الأمواج الريديوية
2. الملحن: الأداة التي تختار الموجة المرغوب فيها وترفض بقية الأمواج
3. الكاشف: الأداة التي تغير شكل التيار الكهربائي والتي تحـول الأمـواج الريديويـة في الهوائي إلى تيار كهربائي
4. الناسخ: الأداة التي تترجم التيار إلى أصوات تسمع

جمهور الإذاعة المسموعة

يعرف جمهور الإذاعة المسموعة، بأنه مجموعة من الأشخاص الحائزين على أجهزة استقبال الراديو، وهم:

1. جمهور يفتح جهاز الراديو بوقت معين
2. جمهور يفتح جهاز الراديو ليستمع
3. جمهور يفتح جهاز الراديو ليصغي إليه
4. جمهور يفتح جهاز الراديو ليستمع ويصغي معاً.

وأغلبية الجمهور يستمع للإذاعة فقط.

إمكانيات الإذاعة المسموعة

تعتبر الإذاعة المسموعة من أهم وسائل الاتصال الجماهيري، وأكثرها ذيوعا وانتشارا، وتقدم الخدمات في مختلف المجالات الإعلامية والتعليمية، ولها العديد من الإمكانات المميزة، منها:

1. **الفورية:** يستطيع المستمع حيثما كان الاستماع لأكثر من حدث حين وقوعه.

2. **تخطي حدود الزمان والمكان**: تقطع الإذاعة المسموعة حدود الزمان والمكان من خلال عملية التسجيل وإعادة إذاعة البرامج المسجلة، والاستماع لأحداث وقعت في الماضي.

3. **التأثير والانفعال**: إن الإذاعة تؤثر في برامجها انفعاليا من خلال الإخراج الدرامي، والتمثيليات، والموسيقى التصويرية، والمؤثرات الصوتية، وهذا الجو الانفعالي يدفع بالمستمع إلى الاندماج بعواطفه ووجدانه.

4. **الصدق والواقعية**: الإذاعة المسموعة تضفي الصدق والموضوعية في عرضها للأخبار والمعلومات التي يحصل عليها المستمع، فالإذاعة قد تكون مرجعا هاما في الأحاديث بين المواطنين.

5. **تنمي وتثري الخيال**: الإذاعة المسموعة تثري خيال المستمع فهي تساعده على التصور، والتخيل، والإبداع، فمن خلالها يحدد المستمع الملامح والإبعاد للإحداث التي تدور حولها الصورة الإذاعية.

6. **قلة التكاليف**: يعتبر إنتاج واستقبال برامج الإذاعة المسموعة وأثمان أجهزة الاستقبال والبث معتدلة، مما يساعد على انتشارها.

7. **البحث عن المستمع**: حيث تعمل على إبعاد العزلة عن المستمع وتسليته، في أي مكان يتواجد فيه، العمل أو المنزل أو السيارة أو المقهى.

8. **الحرية الكافية**: تمنح الإذاعة المستمع الحرية الكافية في التفكير بالموضوعات المطروحة، إضافة إلى أنها تسهم في تكوين الرأي العام المحلي والدولي، كما أنها تستخدم في رفع المعنويات، والدعاية والإعلان.

نواحي القصور عند الإذاعة المسموعة

1. **وسيلة اتصال من طرف واحد**: لا تمنح الإذاعة الفرصة الكافية للمشاركة والتفاعل المباشر بين المرسل صاحب الرسالة والمتلقي المستهدف للرسالة.

2. **الإذاعة تشتت الانتباه**: تشتت الإذاعة الانتباه عند الكثير من المستمعين، فيصعب على المستمع تركيز الانتباه والاستماع لفترة طويلة، وقد عالج المختصون في الإذاعة هذه الحالة بإخراجهم البرامج القصيرة، واستخدامهم الأساليب المشوقة.

الإذاعة كوسيلة إعلام

من أهم العوامل التي ساعدت الإذاعة على تحقيق رسالتها كوسيلة إعلام، ما يلي:

1. سعة الانتشار: فالموجات اللاسلكية لا تعرف الحدود.

2. عدم ارتباط الإذاعة بمستوى ثقافي أو تعليمي: لا يدخل في اعتبارا لإذاعة عامل القراءة والكتابة، إذ يمكن أن يسمعها الأمي والمثقف، وهذا سبب هام لجاذبيتها بالنسبة لجماهير الدول النامية.

3. السرعة في تغطية الأنباء: لقد كانت الصحيفة هي المصدر الأساسي للأنباء المنتقاة من الوكالات العالمية، وقد استطاعت الإذاعة أن تنافس بقوة في مجال سرعة نقل الخبر، حيث أصبح لها مراسلون ومندوبون يغطون الأخبار للإذاعة فقط.

4. الاهتمام الزائد بالموسيقى: أصبحت الإذاعة مصدرا للمتعة والترفيه، وقد كانت لفترات طويلة الوسيلة الوحيدة لهواة الموسيقى، قبل انتشار التلفزيون.

5. زيادة الاهتمام بالأحداث العالمية بخاصة في أعقاب الحرب العالمية الأولى.

6. الطرافة والجدة في هذا الاختراع البسيط الذي ينقل الكثير ويقول المفيد، مع مراعاة تعدد اللغات والثقافة والمستويات المعرفية.

الإذاعة في العالم العربي

أول إذاعة عربية بدأت عملها كانت في مصر في منتصف العشرينات من القرن العشرين المنصرم، وكانت إذاعة تجارية خاصة لترويج السلع

والبضائع عن طريق الإعلانات للهواة في بعض مدن مصر مثل القاهرة والإسكندرية وبورسعيد، وكانت تبث بعدة لغات؛ العربية والفرنسية والايطالية والانجليزية للمصريين والأجانب المقيمين في مصر.

وقد تم إلغاء تلك الإذاعات من قبل الحكومة المصرية التي أسست أول إذاعة عامة تملكها الدولة في المنطقة العربية وذلك في 31 مايو 1934م.

وبعدها توالت الإذاعات في الظهور على الساحة الإعلامية تباعا في الدول العربية كما هو مبين في الجدول التالي:

رقم	الدولة	العام
1	مصر والجزائر	1925
2	المغرب	1928
3	تونس	1935
4	العراق	1936
5	لبنان	1938
6	ليبيا	1939
7	السودان	1940

8	سوريا	1941
9	الصومال	1943
10	اليمن – صنعاء	1946
11	الأردن وفلسطين	1984
12	السعودية	1949
13	الكويت	1951
14	اليمن – عدن	1954
15	موريتانيا	1965
16	قطر	1968
17	سلطنة عمان	1970
18	الإمارات العربية المتحدة	1971
19	البحرين	1973

الإذاعة الأردنية

كانت نشأة الإذاعة الأردنية في الرابع عشر من أيار/مايو عام 1948 حيث قام الموظفون العرب في هيئة الإذاعة التابعة للانتداب البريطاني وبمساعدة الجيش العربي الأردني بالاستيلاء على تلك المحطة، ونقل قسم كبير من معدات الإذاعة من القدس إلى مدينة رام الله حيث بدأت البث فوراً.

وباتحاد الضفتين في 24 نيسان/ابريل 1950 أصبحت محطة الإذاعة في رام الله تحمل اسم (هيئة إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية) وكانت تبث في ذلك الوقت 13 ساعة من البرامج يومياً عبر جهاز قوته 20 واط على الموجة المتوسطة.

في عام 1956 تم افتتاح محطة إذاعة المملكة الأردنية الهاشمية الجديدة في جبل الحسين بعمان وافتتحها المغفور له صاحب الجلالة الملك الحسين المعظم حيث أكد جلالته على عروبة هذا الصوت الداعي إلى الوحدة والمدافع عن قضايا الأمة.

وفي الأول من آذار/ مارس عام 1959 جرى افتتاح مبنى الإذاعة الحالي في أم الحيران وتم في اليوم نفسه افتتاح محطة الإرسال على طريق ناعور بقوة 100 كيلو واط، وفي الثالث والعشرين من اب/اغسطس 1959 تم افتتاح إستوديوهات الإذاعة الجديدة في القدس، كما تم افتتاح محطة الإرسال الجديدة في منطقة الحرانة في 1988.

وقد انطلق بث الإذاعة الموجهة في 1990 بحيث يغطي منطقة الخليج وايران والعراق وشمال افريقيا والباكستان والهند واستراليا والولايات المتحدة وأوروبا وروسيا والبرازيل والأرجنتين وأمريكا الوسطى.

ومنذ الأول من كانون ثاني / يناير 1994 قامت الإذاعة الأردنية بإدامة البث لمدة 24 ساعة موزعة كما يلي:

1. الإذاعة العربية : 24 ساعة يومي
2. البرنامج الانجليزي : 17 ساعة يومياً.
3. البرنامج الفرنسي : 11 ساعة يومياً
4. إذاعة محلية (FM) باللغة العربية لمنطقة عمان الكبرى : 6.30 ساعة يومياً.
5. إذاعة محلية (FM) باللغة العربية في مدينة اربد : 5 ساعات يومياً
6. إذاعة القران الكريم : 19 ساعة يومياً
7. محطة عمان FM على موجة 99 ميجا هيرتز في العام 1999 والتي تبث على مدار الساعة

وأسهمت الإذاعة من خلال برامج معروفة استمرت لفترات طويلة مثل "مضافة أبو محمود" و"جيشنا العربي" و"رسائل شوق" وأخرى، في بناء الوحدة الوطنية وتعزيز مشاعر الانتماء، وفوق هذا تعزيز مشاعر الأردنيين خصوصا تجاه الجيش العربي.

وحظيت الإذاعة بنسبة مستمعين مرتفعة داخل الأراضي الفلسطينية ولا تزال تحظى بنسبة معقولة حسب استطلاعات الرأي، وبالطبع لا يمكن نسيان البرامج الخدمية، مثل البرنامج الشهير "يا فلاح" الذي تحول إلى برنامج "مع المزارع"، وهو على ما قدم من خدمات للمزارعين فقد أبقى أيضا على مشاعر الانتماء للأرض بتمجيده للفلاح والزراعة.

وزد على ذلك فقد أسهمت الإذاعة أيضا في التنمية الثقافية في الأردن وأطلقت عدد من المبدعين سواء من خلال البرامج الثقافية أو من خلال المسلسلات التي اتخذت من أعمال الأدباء الأردنيين مادة لها مثل البرامج المأخوذة عن أعمال الراحل روكس العزيزي.

واشتهرت الإذاعة، أكثر ما اشتهرت، بالبرامج التي عنيت بالبادية الأردنية والمسلسلات البدوية التي قدمت مادة غنية للمستمع حول حياة البادية وعاداتها وتقاليدها.

وأولت الإذاعة اهتماما في الآونة الأخيرة بموضوع التدريب الإعلامي لموظفيها من خلال مركز التدريب الإعلامي في مؤسسة الإذاعة والتلفزيون في مجال الاتصال الجماهيري واللغة العربية ودورات تدريب الموظفين الجدد

وتأهيل المذيعين والمحررين ودورات اللغة الانجليزية وتطوير المهارات الإذاعية لموظفي المؤسسة.

على أن تطورات العقود الأخيرة في عالم الإعلام، على رأسها الانتشار السريع والكبير للتلفزيون ثم الفضائيات وبعدها الانترنت والمنافسة من إذاعات دولية وعربية، ومن بعد التغيرات السياسية والاجتماعية والثقافية، دفعت إلى تراجع مكانة الإذاعة أولا ثم دفعت الإذاعة إلى التفكير بمحاولة تطوير برامجها لتتناسب مع ما بات يعرف بـ"عصر الصورة".

الإستوديو الإذاعي

الإستوديو هو المكان المخصص لإنتاج المواد الإذاعية سواء تلك التي تبث حية على الهواء مباشرة، أو التي يجري تسجيلها على أشرطة، وتبنى الإستوديوهات ويتم تجهيزها بطريقة خاصة توفر لها الظروف والإمكانات المثلى لنقل وتسجيل مختلف أنواع البرامج التي تذاع منها أو تسجل فيها.

وتحتاج محطات الراديو المختلفة لأنواع متعددة من الإستوديوهات، فهناك الإستوديوهات المخصصة للبث المباشر على الهواء، حيث تخصص الإذاعة المواد الحية والمسجلة على الهواء مباشرة، ثم هناك إستوديوهات الإنتاج التي تخصص للموسيقى والدراما والبرامج التي يشارك فيها الجمهور مثل برامج المسابقات والندوات العامة.. إلخ)

وفي بعض الحالات تستخدم قاعات المسارح وقاعات الاجتماعات لتسجيل البرامج الجماهيرية على اختلاف أنواعها وفي كل الأحوال فإن هذه الإستوديوهات يتم إعدادها وتجهيزها على نحو خاص يحقق إنتاجاً صوتياً واضحاً ودقيقاً وأميناً وذلك لأن الأصوات أياً كان نوعها ومصدرها تتأثر مباشرة بطبيعة المكان الذي تتردد في نطاقه أو تصدر عنه، ولذا فإن الصوت الذي يتردد في ممر حجري، يبدو مختلفاً تماماً عن الطريقة التي يبدو بها في غرفة مكتب صغيرة غطيت جدرانها بورق الزينة وفرشت أرضها بالسجاد مثلاً.

ولذلك فإن الإستوديو الإذاعي يعد إعداداً هندسياً خاصاً يكفل لها نقل كل الخصائص الصوتية والتحكم فيها... ويتم ذلك بطريقتين رئيستين هما:

1. عزل الإستوديو بطريقة تحجب عنه الأصوات التي تنجم عن أية حركة خارجة ويتم ذلك ببنائه وفق أسس هندسية خاصة كأن يفصل عن سائر المبنى باستخدام شعر الخيل أو الإطارات الحديدية، كما ينفصل عن الحجرات المجاورة بوساطة جدران مزدوجة تبنى خصيصاً وهي مملوءة بالهواء الساكن بطبيعة الحال ومن ثم لا تنقل الأصوات منها وإليها.

2. المعالجة الهندسية داخل الإستوديو بحيث يتوازن فيه الصوت بطريقة سليمة، والمعروف أن أبواب الإستوديوهات تصمم بطريقة

خاصة لتمنع تسرب الضوضاء وهو ما يطلق عليه القفل الصوتي أو مصيدة الصوت حيث يوجد باب خارجي ثم باب آخر داخلي.

أنواع الإستوديوهات الإذاعية

تختلف إستوديوهات الإذاعة من حيث أحجامها واستخداماتها وزمن الرنين المطلوب فيها، فلكل نوع حجم واستخدام معين، ولا يجوز استخدام الإستوديو إلا في الوظيفة التي حددت له.

ويمكن تقسيم إستوديوهات الإذاعة إلى:

1. إستوديو الربط.
2. إستوديوهات التسجيل
3. إستوديوهات المونتاج

إستوديو الربط

ويسمى أحيانا إستوديو التنفيذ، وهو الإستوديو الذي ينفذ منه البرنامج اليومي من حيث الربط بين الفقرات للبرامج المختلفة، ويستخدم هذا الإستوديو لإذاعة نشرات الأخبار أو التعليقات السياسية على الهواء مباشرة، ويعد إستوديو كلاميا، ويحدد زمن الرنين داخله بحوالي 0.1 ثانية وهو زمن الرنين الذي يتحقق معه وضوح الكلمات وعدم تداخلها مع انعكاساتها.

ويوجد في هذا الإستوديو ميكرفون المذيع وآخر احتياطي، وسماعة، وساعة للتحكم في الوقت، وميكرفون للتخاطب مع غرفة المراقبة، وسماعة رأس وجهاز للتحكم في الصوت الخارج على الهواء، ويكون زمن الرنين في إستوديو التنفيذ في حدود 0.5 ثانية.

إستوديوهات التسجيل

وهى الإستوديوهات التي تستخدم في تسجيل المواد الإذاعية التي لا تتم إذاعتها على الهواء مباشرة وتشمل إستوديوهات؛ الأغاني والدراما والأحاديث والموسيقى وغيرها.

1. إستوديو الدراما

ويتكون عادة من ثلاثة إستوديوهات متداخلة، ويمكن للمخرج الجالس في غرفة المراقبة ان يتابع كل ما يدور داخل كل إستوديو منها، وكثيرا ما تعمل هذه الغرف الثلاث في ان واحد اذا لزم الأمر، وتنقسم إستوديوهات الدراما إلى:

- الإستوديو الحي ذو الانعكاسات العالية: وهو الإستوديو الذي به صدى مرتفع، فعند حدوث صوت في هذا الإستوديو ينتج عنه زمن رنين مرتفع، ويستخدم في بعض المواقف الدرامية كتسجيل صوت رجل ينادى في الصحراء ووسط الجبال.

- الإستوديو المكتوم والانعكاسات الضعيفة جدا.

- إستوديو ذو انعكاسات متوسطة: ويستخدم لتسجيل مواقف عادية في غرفة المكتب او في قاعة المحاضرات أو غرفة النوم، وهي أشياء عادية يفضل نقل الانعكاسات المتوسطة للأصوات التي تصدر فيها للإيحاء بواقعية التسجيل وحيويته.

2. إستوديو الموسيقى والغناء

تتفاوت أحجام هذه الإستوديوهات تبعا للعمل المراد تسجيله، فقد يتسع الإستوديو لمطرب واحد وفرقة موسيقية مكونة من عشرين عازفا فقط، وقد يتسع لاستيعاب اوركسترا كاملة من مائة عازف مثلا . ويكون زمن الرنين في إستوديوهات الموسيقى والغناء كبيرا عادة.

3. إستوديو الأحاديث

ويشبه في مواصفاته إستوديو التنفيذ، ويستخدم لتسجيل الأحاديث الإذاعية مع ضيوف البرامج في مختلف المجالات.

إستوديو المونتاج

وهو إستوديو صغير لا تزيد مساحته عن مساحة إستوديو التنفيذ، ويتم في هذا الإستوديو توضيب البرنامج عن طريق إجراء المونتاج؛ أي تعديل أو إعادة ترتيب فقرات البرنامج أو حذف بعض الفقرات نهائيا وهى عملية أساسية في الإنتاج الإذاعي.

مكونات غرفة المراقبة الرئيسية للإذاعة

تعد غرفة المراقبة الرئيسية للإذاعة إحدى الحلقات في القناة الإذاعية والتي يتم عن طريقها إرسال أو استقبال البرامج من والى إستوديوهات الإذاع.

يتم تجهيز غرفة المراقبة الرئيسية تجهيزا هندسيا خاصا، بحيث تحتوى على عدة وحدات تعمل بنظام يماثل القضبان المتقاطعة، بحيث يستخدم كلا منها لربط أي من الخطوط الواصلة في مداخلها إلى خط أو أكثر من خطوط مخارجها، وعادة ما يطلق على هذه الوحدات اسم المصفوفاتmatrix.

وتعمل هذه الوحدات بثلاثة طرق هي:

1. **يدوي**: باستخدام ما يعرف بالوصلات أو الجاكات متعددة الأطراف.
2. **نصف آلي**: بالاعتماد على استخدام الدوائر الالكترونية والمتممات relays بحيث يتم عن طريق تشغيل هذه الدوائر إتمام الوصلات المطلوبة.
3. **الآلي الكامل**: يقوم على تخزين كافة المعلومات الخاصة بالتشغيل المطلوب وأوقات تنفيذها، ثم تقوم الأجهزة الالكترونية بالتنفيذ في المواعيد المحددة لها، ويعتمد هذا النظام على استخدام أجهزة الحاسب الآلي لتشغيل تلك الأجهزة وفق البرنامج المعد لذلك، ويراعى تأمين غرفة المراقبة الرئيسية من حيث التغذية الكهربائية

بشكل كامل لضمان استمرار الخدمة الإذاعية طوال أربع وعشرين ساعة.

الميكروفونات

الشروط الواجب توافرها في ميكروفون الإذاعة :

1. أن يكون أمينا في نقل الصوت؛ بمعنى أن يقوم الميكرفون بتحويل الموجات الصوتية الى موجات كهربائية مماثلة لها تماما.

2. أن يكون صغير الحجم وسهل الاستخدام،ذلك أن العمل الإذاعي قد يتطلب في كثير من الأحيان العمل والتسجيل خارج الإستوديو، ومن ثم يتعين أن يكون الميكروفون صغيرا ويسيرا في استخدامه.

3. أن يكون ذا مستوى صوتي معين؛ بحيث يكون لكل ميكروفون قدرة محدودة على التقاط الأصوات من على بعد محدود بحيث يمكن للإذاعي تحديد الميكروفون المناسب لتسجيل برنامج ما.

4. يجب ألا تتولد في الميكروفون أية شوشرة داخلية تؤثر في التسجيل ونقاء الصوت.

5. أن يكون متحملا للعمل في مختلف الظروف ؛ إذ يراعى إلا يتأثر بالحرارة أو الرطوبة أو بأية مجالات مغناطيسية قريبة من المصدر.

6. أن يتحمل الضغوط الصوتية والفروق العالية في المستويات الصوتية.

ولعل كل هذه الظروف التي يجب توافرها في الميكروفون الإذاعي ترتبط بعملية تحسين أدائه وكفاءته في عملية التسجيل، بحيث يلتقط الأصوات المرغوبة فقط دون غيرها، فالإشارة المطلوبة للتسجيل تسمى Single وغير ذلك من الأصوات غير المطلوبة للتسجيل تسمى Noiseأو شوشرة.

والتسجيل الإذاعي الجيد هو الذي يراعى نقاء الإشارة الصوتية المسجلة وذلك بالتقاط الأصوات المرغوبة دون غيرها بأعلى درجة من النقاء وهو ما يعرف (التوازن الصوتي).

ويمكننا تحقيق التوازن الصوتي بعدة أساليب أهمها:

1. اختيار المكان المناسب الميكروفون في اتجاه مصدر الصوت وبعيدا عن اتجاه أية شوشرات غير مطلوبة .

2. إعطاء فرصة متوازنة لكافة الأصوات المشاركة في البرامج سواء كانت بشرية أو موسيقية.

3. ظهور الأصوات الموجودة أمام الميكروفون بنفس درجة حدوثها في الحقيقة من خلال الميكروفون ويتضح ذلك بصورة واضحة عند التسجيل لفرقة موسيقية إذ يستلزم التسجيل الجيد أن يعرف المستمع من خلال الميكروفون عدد الآلات المشاركة في كل فقرة.

4. الاستماع لجميع الأصوات دون تداخل أو تشويش ؛ويلاحظ هنا أن وضع الميكروفون قريبا من بعض الآلات الموسيقية القوية بسبب ظهور تشويه في الصوت لذلك يجب مراعاة حسن توزيع وضع الآلات الموسيقية أمام الميكروفون عند التسجيل بحيث توضع الآلات النحاسية مثلا في الخلف بينما توضع الآلات ذات الأصوات الضعيفة قريبة من الميكروفون،وان يوضع الميكروفون ثابت أمام الآلة التي ستؤدى عزفا منفردا.

أنواع الميكروفون من حيث التصميم

1. الشريطي:

- مميزاته:

1. يطلق على الميكرفون الشريطي ميكروفون السرعة
2. يستخدم للمذيعين والممثلين الذين يميلون إلى الضغط على بعض الحروف
3. من أقدم الميكروفونات الإذاعية
4. خصائصه الذبذبية ممتازة مما يجعله مناسبا للأحاديث والأغاني والموسيقى.

- عيوبه:

1. كبر الحجم
2. ثقل الوزن
3. سرعة تلف الشريط الداخلي عند تعرضه للصدمات

- استخدامه: الإذاعة المدرسية والتلفزيون

2. الكربوني:

- مميزاته:

1. أبسط الأنواع وأرخصها
2. يصلح في التسجيلات الخارجية

- عيوبه:

1. غير عملي لأغراض الموسيقى
2. نقله للصوت غير كاف لأن خصائصه الذبذبية فقيرة

- استخدامه: مجال الاتصالات التليفونية

3. الديناميكي:

- مميزاته:

1. خفة الوزن بالمقارنة بالميكروفون الشريطي
2. يوجد منه طرازات متنوعة لكافة الأغراض

- عيوبه: خصائصه الذبذبية محددة في الترددات العالية (النغمات المرتفعة)
- استخدامه:

1. الإذاعة والتلفزيون
2. الأجهزة المنزلية

4. المكثف:

1. مميزاته:

1. خصائصه الذبذبية ممتازة
2. حساسيته عالية

- عيوبه:

1. حاجته لوحدة تغذية كهربائية حتى يؤدي عمله
2. حساسيته للنغمات العالية كبيرة

- استخدامه:

1. الإذاعة المدرسية والتليفزيون والموسيقى
2. المسرح لحساسيته العالية

5. البلوري:

- مميزاته: خفة الوزن
- عيوبه: ضعف الخصائص الذبذبية بالنسبة للنغمات المنخفضة
- استخدامه:

1. الإذاعة مع المسجلات المتنقلة لأغراض الحديث
2. الأجهزة المنزلية

أنواع الميكروفون من حيث مجال الالتقاط

1. **اللاتجاهي أو الدائري:** يفيد في إجراء الحوار في التسجيلات الخارجية

2. **الوحيد الاتجاه**

وينقسم الميكروفون وحيد الاتجاه إلى نوعان :

- القلبي: معالجة العيوب الصوتية الموجودة في القاعات ذات الصدى - في المسارح - في حالة وجود ضوضاء .

- shot Gun: يستخدم عندما يكون الميكروفون على مسافة بعيدة عن مصدر الصوت وإذا ما أريد تجنب الأصوات الجانبية .

3. **الثنائي الاتجاه:** يستخدم الميكرفون ثنائي الاتجاه في الحالات التي يقوم فيها شخصان باستخدام نفس الميكرفون أو من خلال حديث إذاعي يشترك فيه المذيع مع الضيف.

أنواع الميكرفون حسب الطراز

1. العاكس : يستطيع الميكرفون العاكس التقاط الأصوات البعيدة

2. Shot Gun: يـستخدم Shot gun داخـل إسـتوديوهات التلفزيـون وخاصـة في الأعمال الدرامية

3. Boom microphones

4. المعلق

5. اللاسلكي : الميكرفونات اللاسلكية لا تـستخدم إلا في حالـة الاستعراضـات الكبـيرة أو حالة بعض المطربين كثيري الحركة

ملحوظات

- تحتوي الموجة الصوتية على عـدة مكونـات : قـوة الموجـة - سرعـة الموجـة - تردد الموجة.

- تنقسم أجهـزة التـسجيل الـصوتي إلى قـسمين : أجهـزة الأسـطوانات - أجهـزة الشرائط المغناطيسية - الأسطوانات المضغوطة - أجهزة التسجيل الرقمي .

- الموجات الريديوية هي:

1. القصيرة: يتم توجيها إلى ابعد المسافات

2. المتوسطة: تغطي بوضوح مساحات محلية ودولية

3. الطويلة: تغطي نطاقا محليا محدودا

- موجة (A.M) تتأثر بالعوائق والعوامل الطبيعية من رياح وغيوم وجبال ...

- موجة (F.M) لا تتأثر بالعوائق الطبيعية وخالية من التشويش، وتوضع في مناطق سهلة ومنبسطة

- مصادر الصوت هي: الميكرفون - الأشرطة (الكاسيت / الدسك / C.D) - المؤثرات الصوتية (الطبيعية / الصناعية)

- تتم عملية الإرسال في الراديو على الشكل التالي:

موجة صوتية - موجة كهربائية - موجة كهرومغناطيسية حاملة - موجة ريديوية

- تتم عملية الاستقبال في الراديو على الشكل التالي:

موجة ريديوية - موجة كهربائية - موجة صوتية

- تنقسم الشرائط المغناطيسية إلى : أجهزة الكاسيت - أجهزة البكرات - أجهزة الخرطوش.

- يوجد داخل أجهزة البكرات قسمان : القسم الإلكتروني الخاص بإنتاج وتسجيل الصوت - قسم ميكانيكي لسحب الشريط ويسمى الساحب .

- تتوقف جودة التسجيل في أجهزة البكرات على عدة عوامل : سرعة دوران الشرائط - عرض الشرائط.

- تتميز أجهزة الخرطوش بما يلي : عمر استعمال أطول - الضبط الأوتوماتيكي .

- تتيح أجهزة التسجيل الرقمي إمكانية النسخ الصوتي والتزامن الصوتي من المصادر الصوتية بدقة شديدة.

- تستخدم سماعة الرأس لتحقيق التنسيق بين المخرج والأشخاص العاملين داخل الإستوديو أثناء عملية التسجيل.

- يستخدم مكبر الصوت لتحقيق التنسيق بين المخرج والعاملين داخل الإستوديو قبل أو أثناء إيقاف التسجيل.

- أقسام المونتاج الإذاعي هي: نقل - مسح - قص

- التردد الإذاعي: يعني تردد سرعة الموجة (الذبذبات الصوتية) وتقاس بالسيكل، والسيكل يسمى هيرتز، والهيرتز يساوي 1000 ذبذبة

- القوالب الفنية للإذاعة: الصورة الصوتية الواقعية - الشريط الاستجوابي - التقرير الإخباري - التقرير الشامل

- تتكون الصورة الصوتية الواقعية من: شاهد عيان - رأي خبير - تعليقات من الأشخاص

- العناصر الأساسية للنشرة الإذاعية هي: قارئ النشرة - المواد الإخبارية - التسجيلات الصوتية والتقارير

مراحل مهمة في تاريخ الإذاعة

1864 تنبأ جيمس كلارك ماكسويل بوجود الموجات الكهرومغنطيسية التي تنتقل بسرعة الضوء.

1880 أثبت هينريتش هرتز نظرية ماكسويل.

1895 أرسل ماركوني إشارات الاتصال بموجات الراديو عبر الأثير لأول مرة.

1901 استقبل فردينانت براون موجات الراديو بوساطة مذياع بلوري.

1901 استقبل ماركوني إشارات الشفرة المرسلة عبر المحيط الأطلسي.

1904 حصل جون أمبروز فليمنج على براءة اختراع الصمام الثنائي المستخدم في استقبال موجات الراديو.

1906 بث ريجينالد فسندن أول صوت بشري عبر المذياع.

1909 تم إنقاذ ركاب الباخرة س.س. ريبليك من الغرق باستخدام موجات الراديو.

1912 ساعدت موجات الراديو في إنقاذ الناجين من غرق الباخرة تيتانيك.

1915 أول مكالمة هاتفية أرسلت عبر المحيط الأطلسي بين أرلينجتون في ولاية فيرجينيا في أمريكا وبرج إيفل في باريس.

1918 طور إدوين آرمسترونج دائرة فوق هتروداينية.

1920 أول بث تجاري منظم قامت به محطات WWJ في ديترويت و KDKA في بيتسبورج.

1922 قامت شركة الإذاعة البريطانية، والتي سُمِّيت فيما بعد هيئة الإذاعة البريطانية، بأول بث إذاعي لها.

1923 أرسل مذيعو سيدني في أستراليا أول برامجهم.

1926 بدأت شركة الإذاعة الهندية في بث برامجها.

1929 أدخل تضمين التردد FM في البث الإذاعي.

1932 أول بث لهيئة الإذاعة البريطانية إلى أنحاء العالم.

1925 - 1950 كان المذياع المصدر الوحيد لتسلية العائلة في المنزل خلال هذه الفترة التي سُمِّيت بالعصر الذهبي للمذياع.

1947 طور العلماء في شركة بل للهاتف في الولايات المتحدة الترانزستور.

1961 تم أول اتصال مع الفضاء الخارجي بين رائد الفضاء السوفييتي يوري جاجارين والمحطات الأرضية.

1969 حملت إشارات موجات الراديو إلى الأرض أولى الكلمات التي نطقها رائد فضاء على القمر.

1990 - وما بعدها: بدأ البث باستخدام التكنولوجيا الرقمية، وهو نوع من البث ذو جودة عالية جدا وبتكلفة أقل بكثير من الأنظمة التقنية السابقة.

الفصل الرابع... التلفزيون

التلفاز...(النشأة والتقنية)

تطورت أدوات الإعلام السمعية والبصرية تطورًا واسعًا وسريعًا ليس على مستوى الإمكانيات المادية وحسب بل على مستوى المضامين الإعلامية التي تقدمها، فمنذ دخل التلفزيون إلى حياة الإنسان عام 1924 شهدت البشرية نقلة نوعية في مجال التواصل والإعلام، ازدادت تطورًا مع التقدم العلمي الذي وصلت إليه البشرية في عصرنا الحاضر، وازداد بالمقابل تأثيرها على الفرد والأسرة والمجتمع.

يشكل التلفزيون الظاهرة العالمية الأهم في نهاية هذا القرن بمئات الملايين من مشاهديه الذين يخصصون له معظم أوقاتهم، وبتأثيره الكبير في تصرفاتهم الفردية أو الجماعية، وإذا كان القرن الثامن عشر قد عرف " بعصر الانتقال من الظلمات إلى النور"، والتاسع عشر "بعصر الثورة الصناعية"، فإن عصرنا اليوم هو" عصر التلفزيون" بدون منازع.

يعتبر التلفزيون بحق معجزة القرن العشرين فهو من أقوى الأجهزة الإعلامية وأهمها شأنًا حيث يعتمد في مخاطبته للجماهير على الكلمة والصوت والصورة والحركة، الأمر الذي يؤدي إلى عرض الأحداث بطريقة مشوقة وتقديم الثقافة والمعرفة في صور جذابة مبسطة، فلم يعد الناس بحاجة إلى ارتداء ملابسهم ومغادرة ديارهم لمشاهدة فيلم أو مسرحية، فبمجرد الضغط على زر صغير يشاهد المرء ويسمع ما يروق له وإن كان في غرفة نومه.

مميزات التلفزيون

- التلفزيون وسيلة سمعية بصرية للاتصال بالجماهير عن طريق بث برامج معينة وله خصائص وسمات لا نجدها في وسيلة إعلامية أخرى .

- الثقافة في التلفزيون تتمحور حول الجسد، الصوت والصور، فباستخدام الصوت المتحد بالجسد يفرض التلفزيون تأثيره على المشاهد، فالجسد في الثقافة التلفزيونية يمثل أحد ركائزها المادية.

- إلزامية الحضور الكامل مجبرًا الفرد على استخدام حاستي البصر والسمع ومفاعيلها في الذاكرة

- لا يتطلب أي جهد عقلي ويتميز بجاذبية العرض والإثارة وآنية الحدث وتوفير الراحة النفسية للمشاهد.

- يتملك كل مستلزمات الإقناع والتفاعل والنفاذ إلى وعي الإنسان .

- يخدر الأعصاب المتعبة ويساعد على تنفيس المكبوت في اللاوعي ويثير الكثير من العمليات العقلية الشعورية واللاشعورية مثل الوهم والخيال وروح التباهي.

- يجمد العقل عند إيحاءات معينة ولا يترك له الوقت للوقوف عند المعلومة أو التمحيص أو النقد نظرًا للسيل الجارف من المعلومات والصور المنهالة على المشاهد.

- التلفزيون وسيلة ترفيهية تثقيفية مريحة، يقوم بتغطية إعلامية كونية مما يجعله وسيلة تقارب وتفاهم بين الشعوب.

- يساهم في ترسيخ القيم والمعايير والتقاليد السائدة في المجتمع أو تغييرها تدريجيًا حسب إرادة وإيديولوجيا الجهة المرسلة .

- تشكيل السلوكيات المتعددة عن طريق تقديم قوالب سلوكية جاهزة، يقلدها المشاهد أو يتباهى بها.

- تحطيم الحواجز الطبقية لأنه يتوجه إلى مختلف الخلفيات التعليمية والاجتماعية والعرقية وإلى كل الفئات العمرية، فهو ينشر ثقافة الكتلة التي تفرض نفسها على جميع السكان وتتحول إلى حس عام يتجّلى في السلوك العملي.

- إذا كان التلفزيون مصدرًا أساسيًا للتثقيف واكتساب المعارف والمعلومات، إلا أن ليس كل ما يبّثه هو الحقيقة المجردة المحايدة، إذ أن المعرفة التلفزيونية معرفة مؤدلجة لها مدلولات وأبعاد .

- يجب عدم الانخداع بالصورة على أنها الحقيقة الموضوعية، فهي بالأصل الحقيقة التي تريد أن تبرزها الجهة المرسلة أو ما تريد أن تصوره على أنه الحقيقة، فاختيار المشاهد واللقطات والزوايا، تضخيم مشهد وتصغير آخر، نقاط التركيز وخلفيات الصورة، كل ذلك يتم بأبعاد إيديولوجية معينة.

- الصورة التلفزيونية تمتلك المقدرة على استحضار الغائب وتغييب الحاضر بصورة مثيرة للدهشة، وان الصورة تكاد تستخلف الواقع، فلا وجود إلا لما تظهره الكاميرا، فالأحداث التي لم تصورها كاميرا التلفزيون أو لا تريد تصويرها وبثها هي أحداث منسية غير موجودة بالنسبة لغالبية مشاهدي التلفزيون.

تاريخ التلفزيون في العالم

أسهم العديد من العلماء في اختراع وتطوير التلفزيون، ولا نستطيع تحديد شخص بعينه بوصفه مخترعًا لهذا الجهاز، فلقد أصبح وجود التلفزيون ممكنًا في القرن التاسع عشر، حينما تعلّم الناس كيفية إرسال إشارات الاتصال خلال الهواء بوساطة الموجات الكهرومغناطيسية، وهو ما عرف بالاتصال اللاسلكي .

ومن المحطات الأكثر أهمية في تاريخ اختراع التلفزيون نذكر:

1884 اخترع الألماني بول جوتليب نبيكوف جهاز مسح استطاع أن يرسل الصور لمسافات قصيرة، وكان نظامه يعمل آليًا وليس إلكترونيًا، كما هو الحال الآن.

1922م طوّر الأمريكي فيلو فارنزورث نظام مسح اليكتروني.

1926م اخترع جون بيرد وهو مهندس اسكتلندي نظام تلفزيوني يعمل بالأشعة تحت الحمراء، لالتقاط الصور في الظلام.

1923 شكل أهم محطة في تاريخ تطوير اختراع التلفزيون على يد العالم الأمريكي من أصل روسي فلاديمير زُوُريكين عندما نجح في ابتكار آلة التصوير التلفزيونية المخزِّنة (الإيكونوسكوب) وكذلك صمام الصورة (الكينسكوب) المستخدم في اجهزة الاستقبال التلفزيونية. وكان الإيكونوسكوب أول صمام آلة تصوير تلفزيوني مناسب للبث.

1927 نجح الاسكتلندي "جون لوجي بيرد" John Logie Baird بعد عدة تجارب من بث إشارات تلفزيونية قادرة على عبور مسافات طويلة، حوالي 700 كيلومتر، وذلك باستخدام خط هاتف بين مدينتي لندن وگلاسگو.

1927م ابتكر الأمريكي فيلو فرانسوورث جهازاً لتقطيع الصور إلى خطوط مستقيمة صغيرة، وأسماه "ايميج ديسكتور "وبعدها بعامين، صنع جهازاً لإعادة دمج تلك الخطوط وسماه "فيوزر" وهو الذي مهد فعلياً لصناعة التلفزيون بشكله الحالي .ومن المفارقات أن فرانسوورث الذي يعتبر من أوائل المخترعين للتلفزيون، أشتهر أيضا بتحذيره من خطورة هذه الوسيلة ووجد فيها "وحشا مرعبا".

1928 تمكن جون بيرد بأول بث تلفزيوني عبر المحيط الأطلسي من لندن إلى مدينة نيويورك.

1929م تمكن زوريكين من انجاز أول نظام تلفزيوني عملي إلكتروني متكامل.

بداية البث المنتظم

كانت هيئة الإذاعة البريطانية في بريطانيا، وشركتا سي بي إس والإذاعة القومية بالولايات المتحدة هي الرائدة في تجارب البث التلفزيوني الأولى في العالم. وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية BBC أول بث تلفزيوني منتظم عام 1936م، وذلك بالبث من قصر ألكسندرا، في لندن. وتعتبر أيضاً أولى مؤسسات التلفزيون التي تقدم التصوير والبث الحي من خارج الإستوديوهات المغلقة.

وفي العام نفسه، وضعت شركة لاسلكي أمريكا والتي تمتلك شركة الإذاعة القومية إن بي سي ـ أجهزة استقبال في 150 منزلاً بمدينة نيويورك. وبدأت محطة نيويورك التابعة لشركة الإذاعة القومية أول بث تلفزيوني تجريبي لهذه المنازل. وكان أول برامجها برنامجًا للرسوم المتحركة.

ومع حلول عام 1939م بدأت الشركة أول بث تلفزيوني منتظم في الولايات المتحدة الأمريكية، وبحلول عام 1951م، غطّى البث التلفزيوني كامل الأراضي البريطانية والأمريكية.

وفي الخمسينيات حدثت زيادة هائلة في استخدام التلفزيون بظهور قنوات جديدة عمومية وتجارية في الدول الغربية، ويمكن أن نذكر هنا بعض البلدان على سبيل المثال لا الحصر أهمها:

الدولة	التاريخ
ألمانيا	1939
فرنسا	1939
اليابان	1939
الصين	1958
الإتحاد السوفيتي	1939

التطور التقني

ظهر أول نظام عملي للتلفزيون الملـون في الولايـات المتحـدة عـام 1953، وسـمي نظـام NTSC. وفي الستينيات أصبح تطور التلفزيون أكثر سرعة؛ بإدخال التلفزيـون الملـون في عـدة دول بنظامين هما بال وسيكام، وبدأت هيئة الإذاعة البريطانية البث الملون المنتظم في عام 1966م عـلى القناة الثانية .

أُطلـق أول قمـر صـناعي للاتـصالات التجاريـة في عـام 1965م، ولقـد جعلـت الأقـمار الصناعية البث التلفزيوني عالمي النطاق وتجاوز العوائق الجغرافية والحدود السياسية.

ولكن البث عبر الأقمار الصناعية للقنوات التلفزيونية اخذ وقتا ليصبح منتشرا في العالم وكانت البداية محصورة في أمريكا وأوروبا وفيما يتعلق بالتبادل الإخباري والنقل لبعض الفعاليات المهمة مباشرة على الهواء، ومع مرور الوقت وبحلول أوائل التسعينات أصبحت كثير من الدول في العالم قد دخلت عصر البث التلفزيوني الفضائي.

وخلال الثمانينيات أصبحت أجهزة الفيديو متاحة للاستخدام المنزلي. وتمكن كثير من المشاهدين من استئجار أو شراء أفلام سابقة التسجيل، وتمتعوا بمشاهدتها في منازلهم. وفي الثمانينيات أيضًا ازداد استخدام الأقمار الصناعية في نقل البرامج التلفزيونية لمشتركي قنوات التلفزيون بالكابل .

ويستقبل بعض المشاهدين الإشارات التلفزيونية المنبعثة من الأقمار الصناعية باستخدام هوائي كبير يسمى الطبق، ولذلك ابتدأت بعض النظم الكبلية في خلط إشارتها لتمنع مالكي الأطباق من استقبال برامجهم دون دفع رسوم الاشتراك. وتعطي شركات التلفزيون الكبلي للمشتركين الذين لديهم أطباق الاستقبال أجهزةً، ليتسنى لهم استقبال البرامج.

وشكل الانتقال إلى التلفزيون الرقمي مع بداية العام 1990، ثورة اتصالية كبيرة في عالم التلفزيون، فتقنية التلفزيون الرقمية تعتمد على تحويل الإشارة المرئية من شكلها الأصلي التمثيلي إلى الشكل الرقمي، وقد تحولت كثير من قنوات التلفزيون ومنذ أواخر القرن العشرين إلى البث التلفزيوني الرقمي عن طريق الأقمار الصناعية.

ولم يكد هذا النظام من الانتشار في الكثير من دول العالم حتى ظهرت تقنية جديدة أكثر جودة وفعالية وهي التلفزيون عالي الدقة (HD)، حيث تتميز الصورة في التلفزيون عالي الدقة، بوضوح المعالم والتفاصيل الدقيقة فيها حتى في حالة تكبيرها على شاشة كبيرة بمساحة الحائط، بسبب زيادة عدد خطوط الشاشة، كما أن أجهزة الاستقبال بنظام عالي الدقة تعيد إنتاج الصوت رقميًا، أي شفرة عددية، تضاهي جودة الصوت فيها صوت الأقراص المدمجة .

ولقد بدأ إرسال محدود للتلفزيون عالي الدقة أو بتعبير أخر ذي الوضوح العالي في اليابان عام 1989م. ولم يشهد هذا النظام انتشارا في بقية العالم على مستوى القنوات التلفزيونية إلا بعد عقد من الزمن في السنوات الأولى من القرن الواحد والعشرين.

التلفزيون كوسيلة إعلام

إن أهم ما يميز التلفزيون كوسيلة إعلام، ما يلي:

1. سرعة انتشاره بين الدول
2. إمكانياته الهائلة في السيطرة على لا تفكير وتشكيل الرأي العام بقدراته على الإقناع بالكلمة والصورة.
3. اهتمام الدول به اهتماما كبيرا سهلت مهمته.
4. تغيير أساليب الحياة اليومية للكثيرين، مثل حالات التسكع لدى الشبان، والزيارات الكثيرة بين ربات البيوت.

5. تستخدم المادة التلفزيونية كنوع من المواد الوثائقية التي يستند إليها.

التلفزيون في العالم العربي

شهدت المنطقة العربية أول بث تلفزيوني في منتصف الخمسينات من القرن المنصرم في المغرب والعراق والجزائر، ومع نهاية الستينات كانت معظم الدول العربية قد أنشأت قنواتها التلفزيونية باستثناء دول الخليج التي تأخر دخول البث التلفزيوني فيها حتى بداية السبعينات وموريتانيا التي ظهر التلفزيون الوطني فيها عام 1982.

كانت جل التلفزيونات العربية حكومية عند تأسيسها، وشهدت بداية التسعينات من القرن الماضي دخول العديد من القنوات العربية تجربة البث الفضائي عبر الأقمار الصناعية.

رقم	الدولة	العام
1	المغرب	1954
2	العراق والجزائر	1956
3	لبنان	1959
4	سوريا ومصر	1960
5	الكويت	1961

6	السودان	1963
7	اليمن - عدن	1964
8	السعودية	1965
9	الأردن	1968
10	قطر	1970
11	البحرين	1973
12	عمان وفلسطين	1974
13	اليمن - صنعاء	1975
14	الإمارات العربية المتحدة - ابوظبي	1974
15	موريتانيا	1982

يعتبر تلفزيون العراق أول تلفزيون عربي بدأ إرسـاله التلفزيـوني الأول في يوليـو عـام 1956، وبدأت القصة قبل ذلك بعام حين حضرت إحدى الشركات الألمانية للمشاركة في معرض تجاري للأجهزة الإلكترونية في بغـداد وصـادف أن بـين معروضـاتها جهـاز للبـث التلفزيـوني بـاللونين الأبـيض والأسـود

مـع إسـتوديو صـغير مجهـز بلـوازم التـصوير وبعـد انتهـاء المعـرض قـررت الـشركة إهـداء تلـك المعروضات إلى حكومة العراق الملكية.

في نفس العام وبالتحديد في ديسمبر ظهرت أول قناة تلفزيونية في الجزائـر، وكانـت أوّل بداية للتلفزيون الجزائري في نهاية شهر ديسمبر عام 1956 إبان الفترة الاسـتعمارية، حيـث كانـت تعمل ضمن المقاييس الفرنسية ويعد اسـتحداثها اهتمامـاً بالجاليـة الفرنـسية المتواجـدة بـالجزائر آنذاك، كما اقتصر بثها على المدن الكبرى للجزائر

وفي لبنان وضـع حجـر الأسـاس لمبنـى التلفزيـون الرسـمي في العـام 1957، لكـن إنجـاز المشروع تأخر ليبدأ البث في أيار (مايو) 1959.

وفي العام نفسه وقّعت مصر اتفاقية مع صوت أميركا لتزويدها شبكة إرسـال تلفزيونيـة وتدريب كوادرها الإعلامية، وفي (يوليو) 1960 امتلكت مصر قنـاة تلفزيونيـة، واللافـت أن القنـاة هي الرابعة على مستوى العالم العربي بعد قنوات أرامكو وبغداد وبيروت.

وكانت الكويت أول دولة خليجية تؤسس محطة تلفزيونية رسـمية. وبـدأ إرسـال هـذه المحطة في الخامس عشر من تشرين الثاني (نوفمبر) 1961، وكان بثها يلتقط في بقية أقطار الخلـيج بوضوح في الأوقات التي تشتد الرطوبة صيفاً،

وقامت الكويت في عام 1969بإنشاء محطة إرسال تلفزيوني في دبي تحت اسم تلفزيون الكويت من دبي، وقبل سنوات طويلة من انطلاق التلفزيون الرسمي، عرفت الكويت بثاً تلفزيونياً خاصاً على نطاق محدود.

أما أول قناة فضائية عربية خاصة وغير مشفرة تبث من لندن باللغة العربية، فهي قناة إم بي سي (mbc) اختصار لاسم مركز تلفزيون الشرق الأوسط، تأسست عام 1991م ويمتلكها رجال أعمال سعوديون، وفي السنة التالية 1992م، ظهرت شبكة تلفزيونية جديدة باسم ARTتبث من إيطاليا تتضمن 5 قنوات متخصصة Kوكانت هذه القنوات أكثر تطورا من القنوات العربية المحلية.

أما واقع الحال اليوم فيذكر أن عدد قنوات التلفزيون الفضائية العربية أو الناطقة باللغة العربية قد تجاوز الـ 733 قناة، وفقا لأحدث تقرير لاتحاد إذاعات الدول العربية حول القنوات الفضائية العربية لعام 2010م، فضلا عن القنوات الأرضية والتي عادة ما لا تختلف كثيرا عن البث الفضائي في عدد محدود من الدول حيث استغنت اغلب الدول العربية عن البث الأرضي.

وبفضل التطور التكنولوجي الهائل في هذا المجال نشأت في المنطقة العربية صناعة متخصصة في مجال التلفزيون واتسع الاستثمار في هذا القطاع خلال العقد الماضي بصوره مذهلة، وتعد جمهورية مصر من أوائل الدول التي ازدهر فيها العمل التلفزيوني كصناعة تبعتها بعد ذلك دول أخرى دخلت

المنافسة وتجاوزت الرائد المصري في هذا المجال، مثل لبنان والمغرب والـسعودية والإمـارات وأخـيرا قطر.

وتمتلك صناعة التلفزيون في مصر الحكومة في المرتبة الأولى بشبكة من القنوات الوطنية العامة الفضائية والمحلية وشبكة أخرى من القنوات المتخصصة "النيل" والتعليمية، وهذه الـصناعة بدأت في أبريل 1998م عندما أطلقت مصر أول قمر صناعي خاص بها، نايل سات، فأصبحت بذلك أول دولة عربية تمتلك قمرًا مـستقلا، وقـد أتـاح لهـا الاسـتثمار في هـذا المجـال التوسـع في إطـلاق القنوات المتخصصة وجذب استثمارات عربية هامة إليها في هذا القطاع.

التلفزيون الأردني

انطلق التلفزيون الأردني بتاريخ 27أبريل عـام 1968 حيـث أعطـى الملـك الحـسين بـن طلال إشارة البدء لانطلاق البث ليكون الأردن من الدول الرائدة في البـث التلفزيـوني، ومنـذ ذلـك الوقت أصبحت الشاشة الأردنية صورة الأردن وصوته إلى أبناء الأمة ومنبرا للصوت الحر المعبر عـن رسـالة الأردن القوميـة وأداة اتـصال وتواصـل مـع الـدول المجـاورة خاصـة مـع إخواننـا بالـضفة الغربية وقطاع غزة.

وقال جلالـة المغفـور لـه الملـك الحـسين في خطـاب الافتتـاح" :إنـه لمـن دواعـي سروري وغبطتي أن أتحدث إليكم في هذه اللحظـات التـي ينطلـق فيهـا التلفزيـون الأردني ليكـون منـارة جديدة للحق والهدى وينبوعا ثريا للفكر والعرفان".

وكان التلفزيون الأردني منذ بدايات التأسيس الدور الريادي في المنطقة سواء مـن حيـث التميز في برامجه أو أخباره أو سعة انتشاره واستطاع على مدى العقود الأربعة الماضيـة أن يحقـق العديد من الإنجازات على مختلف الصعد.

ففي مطلع السبعينات أصبح البث على قناتين أحدهما باللغة العربية (البرنـامج العـام) والأخرى بلغات أجنبية (القناة الثانية أو قنـال 6) وكانـت أول قنـاة عربيـة في العـالم العـربي تبـث باللغات الأجنبية، كما أصبح منـذ ذلـك الحـين وفي حالـة متفـردة في العـالم العـربي، يقـدم نـشرات الأخبار بأربع لغات هي :اللغة العربية واللغة الإنجليزية واللغة الفرنسية واللغة العبرية .

كما كان سباقا على جميع الهيئات التلفزيونية العربيـة في البـث التلفزيـوني الملـون مـما مكنه أن يصبح مركزا لاستقطاب الدراما المصرية والسورية بالإضافة إلى الدراما الأردنية.

كـــما كـــان أول تلفزيـــون يأخـــذ دور الريـــادة في المنطقـــة حيـــث ارتـــبط في عام 1972 بمنظومة السواتل (الأقمار الصناعية) عن طريق المحطة الفضائية في منطقة البقعة مما مكنه من نقل الأحداث السياسية والرياضية الكبرى مثـل هبـوط الإنـسان عـلى القمـر والمباريـات الرياضية الهامة والدورات الرياضة العالمية مثل كأس العالم ودورات الألعاب الأولمبية.

وفي عقدي السبعينات والثمانينات اسـتطاع التلفزيـون النهـوض بالـدراما الأردنيـة، وفـرض الإنتـاج التلفزيـوني الأردني نفـسه بقـوة عـلى خريطـة الإنتـاج

العربي حيث أصبح منافسا قويا للإنتاج الـدرامي العـربي كـما أصـبح محـل ثقـة وتقـدير المـشاهد الأردني والعربي على حد سواء.

وفي مطلع التسعينيات وفي ظل الثورة التقنية الهائلة التي شهدها العالم في ذلـك الحـين، أصبحت دائرة الأخبار في التلفزيون الأردني أول دائرة أخبار في الوطن العربي تدخل نظام الحاسوب في معالجة وتحرير الأخبار.

كما تم عام 1993 إنشاء قناة الفضائية الأردنية ليصل البث المباشر منـذ ذلـك الحـين إلى المنازل مباشرة وليخرج التلفزيون من إطاره الإقليمي إلى الإطار العربي والعالمي الأوسع بمـا يقدمـه مـن بـرامج وأخبـار ومنوعـات ومسلـسلات دراميـة,, أدار المحطـة الفـضائية الأردنيـة حينهـا الإعلامي عدنان الزعبي قبل أن تندمج مع القناة الأرضية ليصبحا قناة واحدة.

وأصبحت مؤسسة الإذاعة والتلفزيون بعد اندماجهما عـام 1985 بمثابـة معهـد إعلامـي يرفد الهيئات التلفزيونيـة العربيـة والمحطـات الفـضائية بـالكوادر البـشرية والفنيـة التـي أثبتـت جدارتها وكفاءتها ومهنيتها العالية.

وفي عـام 1993 أيـضا تـم إنـشاء القنـاة الثالثـة لتكـون قنـاة للـشباب ونقـل الأحـداث والمناسبات الخاصـة وجلـسات البرلمـان الأردني قبـل أن تتحـول إلى قنـاة للأفـلام الأجنبيـة وبـرامج للأطفال بشراكة مع القطاع الخاص، ويُسجل للتلفزيون الأردني أنه صاحب أكـبر مكتبـة أرشـيف في التلفزيونات العربية.

- **أنواع الإستوديوهات:**

1. الإستوديو العام
2. إستوديو الأخبار: مؤخرا أصبح جزءا من قاعة التحرير
3. إستوديو الاستعراضات
4. إستوديو الاستعراضات مجهز دائما بكراسي للجمهور
5. إستوديو الدراما
6. الإستوديو الافتراضي (Vertual Studio)

بالرغم من أن هذا الإستوديو صغير نسبيا إلا أن إمكاناته غير محدودة وأهم ما فيه أنه ليس بحاجة إلى أية ديكورات أو إكسسوارات، إذ أنه يعتمد على خاصية إحلال الألوان في التصوير، وهو يقوم على:

- خلفيات ملونة، وغالبا ما تكون الأزرق أو الأصفر أو الأحمر أو الأخضر
- يدهن الإستوديو بالكامل بأحد هذه الألوان ويقوم المذيع أو مقدم البرامج أو الممثل أو المطرب بأداء ما يجب عليه في هذه الغرفة المدهونة بلون واحد.

- تقوم الأجهزة تقنيا بإحلال صورة أخرى مصورة مسبقا مكان اللون المدهون به الإستوديو.

- يشترط أن لا يكون الفنان مرتديا ملابس تحمل لون الإستوديو فيظهر داخل الإستوديو وكأنه في المكان الذي تمثله هذه الصورة.

- تستخدم هذه الخاصية في الكثير من الخدع في الأفلام التلفزيونية والسينمائية والأغاني والإعلانات التجارية.

- لو ألبس الفنان ملابس بنفس لون الإستوديو لأمكنه أداء دور الرجل الخفي.

- لو كانت الصورة المصورة مسبقا لنفسه مع حوار معد خصيصا، يظهر وكأن الفنان يكلم توأمه.

- يمكن بدل استخدام تصوير مسبق، إضافة رسوم متحركة وشخصيات وهمية، وعند إحلالها يظهر الفنان وكأنه يتفاعل معها.

7. الإستوديو الفائق الجودة (بالإنجليزيةHigh Definition)

يؤدي هذا الإستوديو إلى نتائج ذات نوعية عالية في الصورة، وحين بدأ هذا النظام كانت تكاليفه باهظة ولكن عند ظهور التقنية الرقمية عموما وتطور الشاشات الرقمية ساهم هذا في انخفاض الكلفة نسبيا.

- **تجهيزات الإستوديو**

1. **التجهيزات التقنية**

- تجهيزات الصورة

1. **الكاميرات (بالإنجليزية: Cameras)**

هي أداة التصوير التي تنقل الصورة من الإستوديو إلى المشاهد مباشرة عبر الإرسال الفضائي أو الأرضي مباشرة أو بعد حين لأنها تحفظ في وسائل التسجيل المتعددة، ويتم ذلك عبر عدة أجهزة تلفزيونية أخرى تساهم في الارتقاء بنوعية الصورة، ومنها:

- عدساتها (بالإنجليزية: Lenses)
- وحدة التحكم بالكاميرات (بالإنجليزية: Camera Control Unit)
- حواملها (بالإنجليزية: Pedestals)
- الكاميرا المحمولة (بالإنجليزية: Hand-held Camera)

2. **الإضاءة (بالإنجليزية : Lighting)**

- الإضاءة الحادة (بالإنجليزية: Hard Light)
- الإضاءة الناعمة (بالإنجليزية: Soft Light)
- إضاءة الخلفية (بالإنجليزية: Rim Light)

- الإضاءة الباردة (بالإنجليزية: Cool Light)

3. **مازج الصورة (بالإنجليزية : Vision Mixer)**

4. **مؤثرات الصورة (بالإنجليزية : Visual Effects)**

5. **جهاز إنشاء الخطوط (بالإنجليزية : Graphics character generator)**

6. **شاشات العرض (بالإنجليزية : Monitors)**

- تجهيزات الصوت

الصوت أحد العوامل الأساسية المكملة للصورة، وللتعامل معه علينا فهم طبيعة استخدامنا له والبيئة المطلوب الإيحاء بها من خلال الظروف التي تستخدم بها أجهزة الصوت.

الصوت يمكن أن يعطي إيحاء حول قرب أو بعد مصدره؛ فالصوت الأعلى هو للعنصر المُؤدي الأقرب، والصوت الأخفض هو للعنصر المُؤدي الأبعد.

كما أن الصوت يكمل إيحاء مشاعر الممثل أو المطرب أو الضيف المتكلم. ولذلك يجب الإعداد له بصورة جيدة وبتقنية عالية.

وأجهزة الصوت تتكون من العناصر التالية:

- **مايكروفونات**

وهي في العادة تقارب الميكروفونات التي تستخدم في الإذاعة، وتختلف في ظهورها على الشاشة من عدمه، فمايكروفونات المنوعات والاستعراضات عن مايكروفونات الدراما، حيث لا مانع من ظهورها في برامج المنوعات ويتم اختيارها من المايكروفونات الأنيقة والتي تكمل الإبهار المطلوب خصوصا في البرامج الاستعراضية، ولكن يعتبر من الخطأ الفادح ظهورها في المشاهد الدرامية، كما لا يسمح بظهور حتى ظلها في أي مشهد، وكثيرا ما أعيد تصوير مشاهد درامية لأكثر من عشر مرات لهفوات كهذه.

- **حوامل المايكروفونات**

تتعدد أنواع الحوامل من ملقط صغير يعلق على الصدر إلى منصة الصوت الضخمة التي تحتاج إلى اثنين من الفنيين لتشغيلها، أحدهما لتحريك المايكروفون والآخر لتحريك المنصة، كما أن هناك حوامل أبسط تعمل كصنارة الصيد يعلق المايكروفون في أخرها ويحملها الفني حتى أقرب نقطة من الفنان دون أن تظهر في الكادر التلفزيوني.

- **مازج الصوت**

جهاز تصل إليه كل معدات الصوت في الإستوديو ويقوم مهندس الصوت بموازنتها وضبطها حسب الموقف، ويعتمد على النظام المتبع في الإستوديو بحيث يمكن أن يعتمد التقنية الرقمية أو التقنية التناظرية ويمكن أن

يكون لهذا الجهاز إمكانات التسجيل والبث بنظام الدولبي، والستيريو، أو بنظام المونو.

- **أجهزة التسجيل الصوتي**

- **أجهزة المؤثرات الصوتية**

البث الفضائي العربي

تطور الإعلام التلفزيوني الفضائي العربي في السنوات الأخيرة بخطوات سريعة وجريئة، أدّت إلى تغيير كمّي وكيفي ملحوظ ، هذا التغيير أدى إلى توسيع إمكانيات المشاهد لاختيار القناة والبرنامج المرغوب فيها، وعزّز أيضا مبدأ التعرض الانتقائي للبرامج التلفزيونية، بما يتماشى مع الاحتياجات والرغبات المختلفة لجمهور المستهلكين العرب.

تعدد القنوات أدّى إلى منافسة كبيرة لكسب الجماهير والمُعلنين، مما أدى إلى ظهور أنواع قنوات فضائية جديدة تسعى جميعها إلى جذب الجماهير ومن ثم المعلنين.

تطور الأقمار الصناعية

القمر الصناعي هو جسم أطلقه الإنسان ليدور حول الأرض بسرعة هائلة، وذلك من خلال استخدام صاروخ حامل للقمر، هذا الصاروخ يستطيع الانطلاق في اتجاه وسرعة دوران الأرض حول محورها تبلغ سرعته 8 كم في

الثانية، وخلال دوران الصاروخ يقوم القمر بجمع المعلومات وإرسالها إلى الأرض.

والأقمار الصناعية تُستخدم لعدّة أهداف بعضها للتجسس أو الرصد الجوّي أو اكتشاف الثروات الطبيعية تحت الأرض أو للاتصالات التي تفي بخدمات الهاتف والفاكس والبث الإذاعي والتلفزيوني.

بدأ استغلال الإنسان للفضاء مع إطلاق أوّل قمر صناعي للفضاء عام 1957، ومن ثم تطور المكوك الفضائي القادر على إطلاق القمر والعودة إلى الأرض مما يمكن من استخدامه أكثر من مرّة عام 1981.

مع الوقت تطورت الاستعمالات الايجابية للأقمار الصناعية وبدأ استخدام الشبكات الفضائية التي مرت بمراحل عدّة من الاتصال المرحلي من نقطة إلى نقطة، ثم شبكات التوزيع وحتى تطور أقمار البث المباشر، فالتطور الهائل في الأقمار الصناعية أدى إلى تعاون دُولي تزعمته الولايات المتحدة الأمريكية والإتحاد السوفييتي سابقا.

وهكذا تأسست الكومسات (شبكة الاتصال العالمية التابعة لشركة الاتصالات الأمريكية) ومن ثم الإنتل سات (المنظمة الدولية للاتصالات الفضائية المتمركزة في واشنطن) والانترسبونيك المتمركز في موسكو.

ويتم استقبال القنوات الفضائية في المنازل من خلال الكوابل آو أقمار البث، وتاليا توضيح ذلك:

1. **التلفزيون الكابلي**: نموذج للاتصال السلكي حيث يتم استقبال البث بهوائيات ومحطات صغيرة، ومن ثم يتم توزيعها بالكوابل على من يريد استقبالها، وعادةً مقابل رسوم.

2. **الهوائيات**: ازدياد قوة الأقمار الصناعية أمكن استقبال البث في البيوت مباشرة دون المرور على المحطة الأرضية أو ما يسمى أقمار البث المباشر.

الأقمار الفضائية العربية

- **عرب سات (المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية)**

طرحت فكرة استخدام قمر صناعي عربي لأول مرة سنة 1967 في مؤتمر وزراء الإعلام العرب في تونس، وتطورت الفكرة حتى تم إنشاء المؤسسة العربية للاتصالات الفضائية (عرب سات) في ابريل 1976، وتعتبر المؤسسة إحدى التنظيمات الحكومية التابعة لجامعة الدول العربية، والمقر الرئيسي للمنظمة في مدينة الرياض بالمملكة العربية السعودية، ويتم تقديم وتبادل الخدمات الاتصالية (الاتصالات الهاتفية والفاكسات والبرقيات والنقل التلفزيوني والإذاعي) للدول الأعضاء في المؤسسة والتي يبلغ عددها 22 دولة على رأسها المملكة العربية السعودية التي تساهم بـ 37% من رأس المال، الكويت 15%، ليبيا 11%، قطر 9%، الإمارات 4%، الأردن 4%، لبنان 4%، مصر 2% (المعطيات بالنسبة لسنة 1976 حيث أقر رأس المال بمقدار 163 مليون دولار).

قامت مؤسسة عرب سات بإطلاق أربعة أجيال من الأقمار الصناعية:

1. **الجيل الأول**: عام 1985 ويتـضمن 5 أقـمار عـرب سـات A1، عـرب سـات B1، عرب سات C1، عرب سات D1، عرب سات DR.

2. **الجيل الثاني**: 1996، عرب سات A2، عرب سات B2،بدر 1، بدر 2.

3. **الجيل الثالث**: 1999، بدر 3.

4. **الجيل الرابع**: 2006، بدر 4.

ومع بداية انطلاقها عانت المؤسسة من مصاريف مرتفعة مقارنة بالإيرادات من القنوات المُشغلة عليها، وبدأت بتحقيق الأرباح عام 1996 مع إطلاق الجيل الثاني للأقمار الصناعية.

- **نايل سات**

تأسست الشركة المصرية للأقمار الصناعية عام 1996 بقـرار مـن اتحـاد الإذاعـة والتلفزيـون الـذي ساهم بـ40% من رأس مال الشركة.

تمتلك الشركة ثلاثة أقمار للاتصالات:

1. **نايل سات 101:** أطلق عام 1998.

2. **نايل سات 102:** أطلق عام 2000.

3. **نايل سات 103:** أطلق عام 2006.

من الجدير بالذكر أن غالبية القنوات الفضائية تبث عبر النايل سات ما عدا القناة الفضائية المصرية التي تبث إرسالها عبر عرب سات.

شبكات القنوات الفضائية العربية

1. MBC (مركز تلفزيون الشرق الأوسط)

بدأ بثه سنة 1991 ومقره الرئيسي كان لندن حتى انتقل سنة 2002 إلى مدينة دبي للإعلام، وهو أول مشروع تلفزيوني خاص في العالم العربي ينطلق عبر الأقمار الصناعية.

أنشئت الشبكة بتمويل من مجموعة آرا الدولية وصاحبها وليد بن ابراهيم. الشبكة تحوي العديد من القنوات: القناة الرئيسية MBC، والقناة الإخبارية للشبكة قناة العربية، MBC2، MBC3،MBC4،MBC Action .

2. شبكة ART (شبكة راديو وتلفزيون العرب)

بدأت بثها من روما عام 1993، تابعة لشركة دلة البركة للشيخ صالح كامل والأمير الوليد بن طلال. استمرت الشبكة بالبث المفتوح ثلاث سنوات حتى عام 1996 حين انتقلت إلى نظام البث مدفوع الأجر.

الـشبكة تحـوي العديـد مـن القنـوات غالبيتهـا متخصـصة مثـل قنـاة الأطفـال، الحكايـات، إقـرأ، الموسـيقى، المنـاهج، الأفـلام وسـبعة قنـوات رياضـية. انتقلـت الـشبكة إلى الأردن بعـد شراء إستوديوهات الأردن.

3. شبكة Orbit

تتبع الشركة لمجموعة المارد السعودية التي يرأسها الأمير خالد بن عبـد الـرحمن آل سـعود، المقـر الرئيسي لها في الرياض. للشبكة أكثر من 20 قناة متخصصة تبث باللغة العربية والإنجليزية.

من قنواتها: الصفوة، سينما 1، سـينما 2، اليـوم، المسلـسلات، فـن، Cartoon Network،Disney، Boomerang،Animal Planet ،Discovery .

4. شبكة روتانا

بدأت بثها عام 2003، تتبع للأمير الوليد بن طلال، تضم أربع قنوات موسيقى مقرها لبنان وقناتين للأفلام مقرهما القاهرة. تأسست شركة روتانا عـام 1987 كـشركة إنتـاج موسـيقى عربيـة (تـسجيل البومات وتوزيع وتسويق) مقر الشركة الرئيسي في جدة.

قنوات روتانا هي: روتانا كليب، طرب، موسيقى، الخليجية، سينما وروتانا زمان.

5. شبكة المجد

بدأت بثها عام 2002، مجموعة قنوات ذات ضوابط إسلامية خالية من الموسيقى ولا تظهر على شاشاتها النساء، تتبع لشركة المجد للبث الفضائي، يرأسها الشيخ فهد بن عبد الرحمن الشميري، بدأت بثها الرسمي عام 2003 وتبث من مدينة دبي للإعلام وتبث عدة قنوات: المجد العامة، المجد للقرآن الكريم،المجد العلمية، الوثائقية والمجد للأطفال.

6. شبكة قنوات الجزيرة

شبكة قطرية بدأت بثها عام 1996 بمعدل 6 ساعات يوميا، اعتمدت القناة على مجموعة المحررين الذين عملوا في القناة العربية الدولية لهيئة الإذاعة البريطانية (BBC) وتعتبر أول قناة فضائية عربية متخصصة في مجال الأخبار، والجزيرة لها وضعها الخاص حيث أنشئت كقناة بدعم من الحكومة على أن تتحول إلى قناة استثمارية خاصة. القناة تبث من الدوحة.

قامت القناة بهدف تقديم إعلام عربي مستقل ينقل الأخبار بحيادية بشكل يتنافس مع القنوات الإخبارية الأجنبية وبفضل تكنولوجيا متطورة وإمكانيات كبيرة حيث وصل رأس مال مشروع إقامة القناة في بدايته إلى 138 مليون دولار. عام 1999 بدأت الجزيرة تبث 24 ساعة، وفي عام 2001 افتُتح موقع الجزيرة نت ليتحول إلى احد المواقع الرئيسية للأخبار باللغة العربية.

أطلقت الجزيرة باقة قنوات رياضية عام 2003 جميعها مفتوحة، قناة الجزيرة للأطفال عام 2005، الجزيرة مباشر 2005، الجزيرة الدولية عام

2006 والتي تعتبر أول قناة فضائية عربية متخصصة بالأخبار وناطقة باللغة الإنجليزيـة، الجزيـرة الوثائقية عام 2007 وهي أول قناة فضائية عربية متخصصة بالفيلم الوثائقي.

تصنيف القنوات الفضائية العربية

- **بناء على أنواع الملكية للقنوات الفضائية العربية**

1. القنوات الفضائية الحكومية (الرسمية)

هي قنوات تمتلكها الدولة وتديرها وزارات الإعلام في الحكومـات العربيـة. الدولـة تمـوّل هذه القنوات من ميزانيتها بالإضافة إلى مصادر تمويل أخرى كالإعلانات، كـما تُـشرف الدولـة عـلى البرامج والمضامين لهذه القنوات.

من هنا نرى أن هذه القنوات تعبر عن سياسة الدولة حيث يحـاول النظـام مـن خلالهـا مخاطبة مواطني الدولة والجماهير العربية عامة والتعبـير عـن سياسـته ومـصالحه وموقفـه تجـاه القضايا الجماهيرية المختلفة، وبعض الدول تمتلك قناة فضائية حكومية واحدة وأخرى تمتلك عـدة قنوات.

2. القنوات الفضائية الخاصة

هي قنوات تمتلكها وتديرها رؤوس الأموال العربيـة (رجـال أعـمال، أصـحاب مؤسـسات تجارية، شخصيات عامة- سياسية، دينية).

ظاهرة القنوات الخاصّة في العالم العربي كان لها دورها في كسر احتكار الدولة للإعلام مما أدّى الى تنوّع كبير في البرامج والمضامين وتحتل هذه القنوات المراتب الأولى لدى المُشاهدين العرب، ومن ميزاتها بشكل عام:

1. مستوى تكنولوجي مرتفع
2. كوادر بشرية جيدة مدربة ومهنية
3. سرعة التغطية الإخبارية
4. ارتفاع مستوى حرية الصحافة والتعبير
5. تعتمد في تمويلها على رؤوس الأموال والإعلانات

- **بناء على أنواع البرامج**

1. القنوات العامّة

تتميز بتقديم مضامين متنوعة للجمهور كالأخبار، البرامج الثقافية، البرامج الترفيهية، المسلسلات والأفلام وغيرها.

2. القنوات المتخصصة

هي القنوات التي تسعى لمخاطبة جمهور مُحدّد من خلال تقديم مضامين إعلامية مخصصة. وهناك نوعين من القنوات المتخصصة:

- **قنوات متخصصة من حيث المضمون:** أي قنوات متخصصة من حيث المضامين والمواد التي تقدمها مثل قنوات الأخبار، الأفلام، الرياضة، الموسيقى، المسلسلات.

- **قنوات متخصصة من حيث نوعية الجمهور المتلقي:** أي قنوات التي توجه مضامينها وموادها لشريحة اجتماعية معينة كقنوات الأطفال أو المرأة.

ومرحلة التخصص هي إحدى سمات التطور والانفتاح الإعلامي، حيث مرّت وسائل الإعلام بمراحل مُختلفة من ناحية مُخاطبتها الجمهور:

1. **مرحلة الصفوة**: أي أن وسائل الإعلام تُخاطب الأفراد الأكثر تعليماً وثراءً.

2. **مرحلة الحشد**: أي أن وسائل الإعلام تُخاطب جميع القطاعات وشرائح المجتمع.

3. **مرحلة التخصص**: أي أن وسائل الإعلام تُخاطب قطاعات اجتماعية خاصة ومحددة لإرضاء احتياجاتها.

4. **مرحلة التفاعل**: وهي المرحلة التي يستطيع فيها الجمهور التحكم بنوعية المضامين المُقدّمة عبر القناة واختيارها.

- **بناء على نوعية البث**

1. القنوات الفضائية المفتوحة

هي القنوات التي يستطيع الجمهور استقبالها عن طريق امتلاك الأقمار الاستقبال المباشر وبدون دفع رُسوم مقابل المُشاهدة. غالبية القنوات الفضائية العربية استقبال المباشر تبث إرسالها بشكل مفتوح من أجل التواجد على الساحة الإعلامية وجذب المُشاهدين من مختلف المستويات إليها .

2. القنوات العربية المُشفرّة

هي القنوات التي لا يستطيع الجمهور استقبالها ومشاهدتها إلا بعد دفع رُسوم مقابل المُشاهدة، وغالبا يستطيع المشاهد امتلاك باقة من القنوات التابعة للشبكة وليس مُلزم بامتلاك جميع قنوات الشبكة، وغالبا لا نرى قناة مُشفرة وإنما شبكة قنوات مثل شبكة Orbit وشبكة ART.

مميزات البث الفضائي العربي

1. تعدّد القنوات الفضائية العربية أدى إلى المنافسة وتطور العمل الإعلامي وتنوع المضامين أمام المُشاهد العربي.
2. القنوات الفضائية الإخبارية أدت إلى كسر هيمنة القنوات الغربية في مجال الأخبار ووفرت للجمهور العربي تغطية أحداث وأخبار بمستوى رفيع من ناحية التقنيات والمضامين، وأصبحت احد المصادر الأساسية للأخبار على المستوى الإقليمي والعالمي.

3. التّخصص في القنوات والتزايد المُستمر في عدد القنوات المُتخصصة أدى إلى توسيع مجال الاختيار أمام المُشاهد العربي وإلى تلبية احتياجاته المُتنوعة، فبالإضافة للقنوات المتخصصة في مجالات الأفلام والمسلسلات والأخبار والقنوات الغنائية والدينية والتعليمية وغيرها، بادرت القنوات الفضائية العربية لدخول مجالات جديدة كالسياحة العربية والطهي والشعر العربي والصقور وغيرها من التخصصات الخاصة بالواقع العربي.

4. تطور تكنولوجيا الأقمار الصناعية والهوائيات أدى الى انخفاض أسعار الهوائيات، مما يزيد حجم الجمهور المتلقي للقنوات الفضائية، ويقلل من اعتماد الجماهير العربية على الإعلام الحكومي.

5. ارتفاع مستوى أداء القنوات الفضائية الخاصة لارتفاع مستوى الحريات، حيث تطرح وتُناقش هذه القنوات العديد من الموضوعات التي كانت مُحرمة للنقاش في ظل الإعلام الحكومي، وباتت تحتل مراتب المُشاهدة الأولى عند المُشاهد العربي.

6. تحقيق مبدأ التعددية بعد زمن طويل سيطرت فيه الرّقابة على الآراء المطروحة، وذلك من خلال الإعلام الحكومي الرسمي، فانتشار الفضائيات العربية حدّ من قدرة الأنظمة العربية السيطرة على مصادر المعلومات وحجب المعلومات عن المواطن، فأصبح للمواطن العربي الحرية لاختيار القناة والمعلومات.

7. البث الفضائي أدى إلى إقامة وتطوير مدن الإنتاج الإعلامي العربية الثلاث في القاهرة ودبي وعمّان، وهذه المدن توفر تكنولوجيا متطورة وخدمة وتسهيلات، مما جذب مئات القنوات الفضائية العربية للبث منها، وبعضها انتقل لهذه المدن الإعلامية بعد أن بدأ البث خارج الوطن العربي كشبكة MBC التي انتقلت من لندن إلى دبي وشبكة ART التي انتقلت من روما إلى عمان.

8. ربط الجاليات العربية في الخارج بالأوطان العربية، من خلال اللغة والموسيقى والثقافة والعربية.

9. تقريب اللهجات العربية المختلفة للجماهير العربية وتعزيز اللغة العربية الفصحى.

سلبيات البث الفضائي العربي

1. **الافتقاد للتنسيق**: عدم التنسيق بين القنوات المختلفة وإطلاق قنوات دون فحص للقنوات الموجود ولاحتياجات الجمهور العربي، مما يؤدي إلى كثرة القنوات التي تكرر ذات المضامين.

2. **تكرار المضامين الإعلامية**: النقص في الإنتاج العربي وتعدد القنوات وساعات البث أدى إلى الاعتماد على الإنتاج المصري والاستعانة بالمضامين الأجنبية، وكل هذا أدى إلى تكرار المضامين وقلّة الانتقائية.

3. **الاهتمام بالانتشار على حساب الجودة**: غالبية القنوات تهتم بتوسيع انتشارها الجغرافي على حساب المضامين التي تقدمها.

4. **مضامين محليّة لجماهير عربية**: القنوات الفضائية الحكومية تشدد على القضايا المحلية مما يُبعد الجماهير العربية عنها، خاصّة وأنها مُنغمسة في الدعاية للنظام.

5. **تمجيد النظام**: انغماس القنوات الفضائية الحكومية في تمجيد النظام وبث أهدافه ومواقفه وتغييب مواقف المُعارضة يؤدي بالمواطنين إلى اللجوء لقنوات أخرى لمعرفة أخبار بلدهم الصحيحة الغائبة عن شاشات بلدهم.

6. **قلّة القنوات الموجّهة للغرب**: هناك نقص كبير في القنوات العربية الموجهة للجماهير الأجنبية والناطقة بغير العربية بالمقارنة هناك عدد كبير من القنوات الأجنبية الناطقة بالعربية والموجهة للعرب (باستثناء بعض القنوات أهمها الجزيرة الدولية).

7. **نسخ برامج أجنبية دون مراعاة التقاليد العربي**: تقليد القنوات الفضائية الأجنبية في برامجها، حيث نرى العديد من البرامج العربية المنسوخة عن برامج أجنبية مثل برامج الواقع والكليبات الصارخة التي تؤثر على أخلاقيات الشباب العربي، وتغرس فيه قيم غريبة تُضعف انتماءه للحضارة العربية الإسلامية.

8. **غياب الحريّات**: غياب حرية الصحافة والتعبير عن القنوات الفضائية الحكومية رغم برامج الحوار والسياسة في بعض منها، حتّى القنوات الخاصة تفتقد الحرية لأنها تخضع هي الأخرى لضغوطات الحكومة السياسية، إضافةً إلى الضغوطات الاقتصادية من رؤوس الأموال.

9. **مضامين هابطة لجني الأرباح الماديّة**: السعي وراء الربح المادّي أدّى إلى مضامين هابطة المستوى من ناحية فنية ومن ناحية التشديد على عامل الإثارة، وأيضاً نرى استعمال واسع لرسائل الـ (SMS) والاتصالات الهاتفية في هذه القنوات لجذب الجمهور.

10. **انفلات إعلامي بدل انفتاح**: استغلال مناخ الانفتاح الإعلامي في الدول العربية على يد قوى سياسية أو طائفية أو دينية، تسبب بإطلاق قنوات لا هويّة لها، تسعى إلى تسويق فكر معين دون أهداف واضحة ودون مُراقبة.

قوانين الإنتاج في الإذاعة والتلفزيون

صفات المذيع الناجح

أولا : أن يكون قياديا أي لديه القدرة على قيادة الحوار وإدارته بلباقة .

ثانيا : قادرا على احتواء المستمع ويشعره بانتمائه للبرنامج .

ثالثا : لديه القدرة على السيطرة على المواقف عند حدوث أي عطل فني أو خطأ بدر منه دون قصد في الحوار، بحيث لا يشعر المستمع بذلك، ويمسك بذلك زمام الأمور ولا يظهر هذا في ردود أفعاله .

رابعا : الإعلامي الذكي هو من تؤثر كلماته في أحاسيس المتلقي وتخترق مفهومها لعقل المتلقي، دون الثرثرة بالحديث أو الصمت الذي يمل منه المستمع ولا يخرج بشيء بعد انتهاء البرنامج، بل خير الكلام ما قل ودل أي يكون كلماته مفيدة وهامة ومؤثرة وسريعة الوصول للمتلقي وتكون خاصة بمضمون ما يقدمه بالبرنامج .

خامسا : استخدام الأدلة والبراهين في الحوار تزيد من مصداقية المستمع لك واهتمامه بما تقدمه وتطرحه ومتابعته للبرنامج .

سادسا : استخدام أسلوب متميز في تقديم البرنامج هذا يشعر المتلقي بتميزك ويجذبه ويعتاد على أسلوبك وتصبح معروفا لديه ومحبوبا وهذا يحثه على متابعتك .

سابعا : التجديد أي أن تبحث عن كل ما هو جديد وغريب وتقدمه، حينها تشوق المستمع لمتابعتك وتشعره بالسعادة للاستماع إليك لأنه يعلم إنه سوف يكسب معلومة جديدة مما تقدمه.

أنواع البرامج

تتنوع البرامج المقدمة في الإذاعة والتلفزيون، بين برامج جادة وأخرى ترفيهية، وبرامج حوارية وقصصية ومنوعة، وغيرها، علما أن كل برنامج قد يختلف من وسيلة إلى أخرى، فما يقدم في إذاعة معينة، قد يقدم شبيه له في إذاعة أخرى لكن بأسلوب ومحتوى مختلف، وكذلك الأمر بالنسبة للتلفزيون.

ومن أبرز أنواع البرامج

1. **البرامج الوثائقية**

تعتمد البرامج الوثائقية اعتمادا مباشرا على الحقائق التاريخية والثوابت والمتغيرات وتضاف لها قدرة المعد التحليلية للأمور والتي تعبر عن مدى ثقافته وبعد رؤيته وتمكنه من أدواته .

والنص الوثائقي الجيد هو النص المتماسك الحامل للوحدة الموضوعية بتنوع أدوات الطرح وبلغة بسيطة ولكنها عالية والمجسد لحقائق جديدة نوعا ما على المشاهدين، وغالبا ما يرتبط بمناسبة محددة وغالبا ما تكون الصورة فيه متوفرة والضيوف أيضا وقد يكون من الممكن إدخال ريبورتاجات جماهيرية سريعة لزيادة أدوات المعد .

وأول ما يخطر ببال معد المادة الوثائقية هو:

1. مدى توفر المادة التاريخية والجغرافية

2. في أي عصر من العصور تبحر المادة

3. طبيعة ذلك العصر ومدى الرخاء أو العسر الاجتماعي السائد في ذلك العصر ونوعية الحكم ومدى اهتمام المجتمع في تلك الفترة والتحولات التي شهدتها تلك الفترة.

4. المقارنة بينها وبين نفس المجتمع قبلها وبعدها

5. الغرض من كتابة هذه المادة ومدى الربط بينها وبين الوقت والتاريخ الذي يتم فيه بثها وهل يراد بها التحريض السلبي أم الايجابي

وتمر مرحلة الإعداد للنص الوثائقي بمراحل عدة، حتى يتمكن المعد من تقديم برنامج وثائقي مترابط ومرتكز على معلومات واقعية غير قابلة للتكذيب، وهذه المراحل هي:

المرحلة الأولى: جمع المادة التاريخية والجغرافية والاجتماعية والعلمية والعيش لفترة بعقله في الفترة التي تدور فيها أحداث المادة الوثائقية، ويفضل أن يؤكد المادة بواسطة مدققين مختصين.

المرحلة الثانية: يبدأ بعدها المعد في فرز الحقائق الخاضعة لآراء متناقضة أو تحليلات متقاطعة، فمثلا يتحدث مع بعض المؤرخين عن سقوط مدينة ما بسبب ضعف شخصية الملك، بينما يرى آخرون أن خيانة الحاشية كانت السبب، في مثل هذه الحالة لابد للمعد المحايد من العودة مرة أخرى

للبحث من جديد والتركيز على تصرفات الملك وتصرفات الحاشية، للوصول إلى ما يقنعه بالمعلومة التي يختارها لمادته ضمن المعلومات الأساسية .

المرحلة الثالثة: اختيار ما يريده من المادة التي هو بصدد إعدادها، ويفضل في هذه الحالة اختيار معظم المعلومات التي يتم طرحها للمرة الأولى أو المعلومات غير شائعة الطرح، بهدف تقديم الجديد للمشاهد ويشفعها بالمعلومات الثابتة.

وحتى المعلومات التي يعرفها المشاهد من الأفضل أن يطرحها المعد بتفاصيل حقيقية غير معروفة للمشاهد أو غير متداولة للمشاهد بهدف إضافة جديد.

المرحلة الرابعة: بعد فرز واختيار الحقائق والمعلومات تأتي مرحلة التساؤلات عن التغطية الصورية لتلك الحقائق هل هي متوفرة؛ ولو كانت غير ذلك ما مدى إمكانيات الجهة المنتجة في توفيرها أو الاستعاضة عنها بالتقنيات الحديثة أو بواسطة رسام أو حتى بواسطة الكتابة على الشاشة .

المرحلة الخامسة: مرحلة تحديد الشخصيات التي يمكن الاستدلال بها كشاهد على الحدث؛كشاهد عيان أو مؤرخ أو خبير مطلع أو محلل أو غيره من الشخصيات المدعمة للمادة الوثائقية، والتي تسد الثغرات التي يتركها عدم وجود الصورة لبعض الأحداث.

المرحلة السادسة: تـأتي مـسألة تمكّـن المعـد مـن عباراتـه ومفرداتـه اللغويـة لأن المـادة الوثائقية تتطلب لغة عالية جدا وجمل محددة جدا ولا يعيبها مبـاشرة طـرح الأحـداث والحقـائق ولكن المباشرة تأتي في سياق تسلسل قصصي أو نصي أو تحليلي متماسك وتلقائي يعتمـد عـلى الـشد وجذب الانتباه .

والمعد الوثائقي الجيد هو من يـتمكن مـن تـذويب العوامـل المتـوفرة لديـه وتوزيعهـا التوزيع الصحيح في النص؛ عبر:

1. الدخول من المادة التاريخية للضيف ومنه للرسومات
2. الكتابة والتحليل وتدوير الدورة من جديد أو توزيع أدواته حسب كمية تواجدها عنده
3. المحاولة قدر المستطاع تكثيف المادة التاريخية الصورية
4. التقليل قدر المستطاع من مساحات الوجوه المستضافة التي تتكلم كلاما مباشرا

أما في الإذاعة فتتعدد المؤثرات الموسيقية وفي معظم الحالات تـتم الاستعاضـة بشخـصية الراوي أو المذيع للربط والاستعاضة عن فراغ الصورة والتي يرسمها كل مشاهد في مخيلتـه حـسب تفاعله مع النص، ويبقى التناول الوثائقي الإذاعي بالأسلوب الإخباري نوعا من أنواع الطـرح الـذي لا يمكن تعيبه.

وتكمن صعوبة النص التوثيقي في أن ما يتم تناوله قد يكـون عاديـا لـدى المشاهد، مما يتطلب مـن المعـد جهـدا إضـافيا في استكـشاف الزوايـا الميتـة التـي

قد تثير دهشة المشاهد وما يسمى بلا مرئيات المرئي؛ وهـي النقـاط والأمكنـة التـي لا تركـز عليهـا العيون والعقول كثيرا رغم تكرار الرؤيا.

2. البرامج المباشرة

البرامج المباشرة هي البرامج التي يتم تقديمها حية للمشاهد في التو واللحظـة، وتهـتم في معظم الأحيان بتفاعله ومشاركته عبر الاتصال الهاتفي أو الرسائل النصية القصيرة أثناء فترة البث.

والبرامج المباشرة عادة تكون في فترتي الصباح والمساء ومن النادر جـدا أن تكـون في فـترة الظهيرة؛ ذلك لأن العامل السيكولوجي للمستمع أو المشاهد يكون أكثر قابلية للمشاركة في هـاتين الفترتين دون غيرهما من الفترات.

والبرامج المباشرة غالبا ما تنـدرج تحـت بنـد المنوعـات أو الحلقـات المرتبطـة بمناسـبات معينة، ومثل هذه البرامج غالبا ما تكون برامج أساسية في كل محطة، وتكون مـؤطرة في الجوانـب الخدمية الهادفة لبناء المجتمع حسب توجه القناة أو المحطة الإذاعية .

وإعداد البرامج المبـاشرة مـن أكـثر أنمـاط الإعـداد إرهاقـا؛ لأن الـبرامج المباشرة غالبا ما تكون يومية أو على الأقل أسبوعية، ما يعني عدم إراحة المعـد وإعطائه فاصلا لتجديد الاسلوب والمفردات، وحتى عدم وجـود الوقـت الكـافي

للبحث والتأكيد، لذلك تعتمد البرامج المباشرة خاصة اليومية منها، على معلومات الضيوف أكثر من اعتمادها على معلومات المعد.

بعض المعدين يجزءون الإعداد بحيث يقومـون بإعـداد كـل ركـن عـلى حـدة، ومـن ثـم يقومون بتجميع الأركان وتوزيعها على الحلقـات، والـبعض الآخـر ولعامـل الوقـت يكتبـون الـنص لحمة واحدة ويتركون أمر التجزئة للمخرجين.

والحقيقة أن الإعداد على طريق التجزئة يصلح في حالة وجـود معـد أسـاسي وعـدد مـن المعدين المساعدين أو المشاركين، حيث يتم توزيع الفقرات حسب التخصص والإمكانيات، ومن ثم يقوم المعد الرئيسي بتجميع الأجزاء وربطها بنص واحد.

والبرامج المباشرة لا تخضع لقواعد معينة، وإنما يكـون مقياسـها في الغالـب هـو تكـوين الفريق، فالفريق الذي يضم مجموعة متماسـكة ومتفاهمـة مـن المعـدين، قـد لا يحتـاج لـنص أو سكربت مبدئي، وإنما يقوم كل معد بإعداد ما تجـود بـه مخيلتـه مـن الفقـرات حـسب اسـتيعابه لطبيعة البرنامج، ومن ثم يبدأ المعد الرئيسي وفق الفقرات المعدة أو المصورة من تكوين النص عبر الربط بين الفقرات، وهو أسهل الطرق لخروج البرنامج بصورته النهائية غير المختلة.

بعض المعدين الرئيسيين يتخذون قواعد صارمة وذلـك مـن خـلال وضـع ـ سـكربت ـ أو خارطة للنص لا يجوز الخروج عنها، ويكـون لكـل معـد مـساعد حـصته الممنوحـة لـه مـن إعـداد التقارير أو الفواصل أو المواد في الفقرات.

وغالبا ما تتثبت فقرات البرنامج اليومي مثلا (مقدمة ـ مطبخ ـ ضيف ـ عودة للمطبخ ـ مسابقة ـ اتصالات ـ ضيف ـ سياحة ـ عودة للمطبخ واتصالات ـ حل المسابقة والختام)، وتكون على سبيل المثال نموذجا هيكليا أساسيا يأتي في كل يوم مع اختلاف الطرح والضيوف، ثم تأتي فقرات أخرى بالإحلال والإبدال لتجديد روح البرنامج في كل فترة من الفترات.

ويعتمد معدوها على ربط الفقرات بالفواصل الهاتفية، لأنها تعتمد أساسا على المشاركة الجماهيرية التي تقيس بها القناة جماهيريتها في معظم الأحيان، وهي من البرامج التي تعتمد عليها قنوات كثيرة كمصدر من مصادر الدخل، وذلك لإمكانية إدخال كل وسائل المشاركة المدفوعة كالإعلان التجاري والرعاية والرسائل النصية القصيرة ورسائل المحمول وغيرها من وسائل الدخل المادي لأجهزة الإعلام .

أنواع البرامج المباشرة

- **البرامج المباشرة المنوعة**

تعتمد على مخاطبة أكبر قدر من فئات المشاهدين، لذلك تتعدد الفقرات لترضي كل الأذواق والاهتمامات، وغالبا ما تكون المسائل والاهتمامات الحياتية اليومية أساسا لتلك البرامج، مثلا استضافة أطباء في تخصصات معينة، وشيف لتعديد أصناف وطريقة طبخات متعددة، ومدرب رياضة بدنية لتمارين خفيفة، وخبير أو خبيرة تجميل، وباحثين نفسيين واجتماعيين لضبط القواعد السلوكية، وما إلى ذلك من اهتمامات الحياة اليومية.

وتركز معظم البرامج اليومية المباشرة المنوعة على مخاطبة النساء وربات البيـوت لأنهـن العنصر الأكثر تواجدا أمـام التلفـاز في أوقـات البـث، لـذلك تركـز عـلى الاهـتمام بالبيـت كالأثـاث والديكور وتربية الأطفال والاهتمام باستقرار الحياة الزوجية ومنتجات التجميل والموضـة والمكيـاج وما إلى ذلك من اهتمامات المرأة .

- **البرامج الحوارية**

تركز على قضايا معينة ثقافية كانت أو اجتماعية أو سياسية أو حتـى دينيـة، وغالبـا مـا تأتي في الجزء الثاني من المساء وهو الوقت الذي يكون فيه معظم الرجال قد تواجـدوا في منـازلهم، بحيث تركز على الطبقات المثقفة وعلى الرجل أكثر من المرأة.

ويعتمد إعداد هذه البرامج على اختيار القضية موضوع النقـاش والـضيوف المتعـددة أو المتقاطعة آرائهم حول القضية موضوع النقاش، وتعطي فرصا أكبر لمشاركات المشاهدين.

وتعتمد البرامج الحوارية المباشرة في إعدادها على سبعة محاور هي:

1. المقدمة والترحيب

2. تقارير ومعلومات عن القضية موضوع النقاش

3. فواصل ونمازج متعلقة بالقضية

4. محاور نقاشات الضيوف والمشاركين

5. الريبورتاجات التدعيمية

6. آراء مصورة لمختصين

7. الختام

وتعتبر البرامج الحوارية من أصعب البرامج إعدادا وأتعبها بحثا للمعد، ذلك أن أي معلومة ترد من جانب المعد يتم تأكيدها من أكثر من طرف، وذلك لطبيعة الطبقة التي تشاهد هذه البرامج والتي قد يكون معظمها أكثر تخصصا من المعد في المادة موضوع الحوار، وأن أية معلومة خاطئة ستكشف ضعف المعد وعدم تمكنه من مصادر معلوماته، لذلك يلجأ معظم المعدين لتحميل المسؤولية للضيوف ولقسم من المشاهدين المشاركين.

- **البرامج الخاصة بمناسبة معينة**

تعتمد في إعدادها على مواد معلوماتية كاملة عن المناسبة، وتكثيف تلك المواد لإظهارها كإنجازات كبيرة مع قيادة المشاهدين للفخر بها والانتماء إليها.

وتعتمد البرامج الخاصة على أقوال وإنجازات مختلفة إضافة للريبورتاجات والضيوف والأغاني والأناشيد والأشعار الحماسية التي تختص بالمناسبة

3. البرامج المشتركة

البرامج المشتركة نوع من أنواع برامج المناسبات، ويكون النقل فيها متناوبا بين أكـثر مـن قناة وفي قناتين تلفزيونيتين على الأرجح، ودائما يكون مباشرا إلا في حالات الإعادة بالطبع.

وتتطلب البرامج المشتركة وجود فريقين تلفزيونيين في المحطتين، وإعـداد الـنص بطريقـة مرنة تحتاط لكل الاحتمالات المتوقعة، كما تحتاج تنسيقا دقيقا بين فريقي المعدين.

في الغالب يحتاج إعداد البرنامج المشتركة إلى:

1. مقدمة ترحيبية
2. تعريف بالمناسبة وتنويه بالربط
3. ضيوف في إستوديو كل قناة
4. فقرات ربط
5. تقارير وريبورتاجات
6. وسائل تدعيميه كالأشعار والأقوال والأغاني والأناشيد

4. برامج المسابقات

تتفاوت برامج المسابقات بين المباشرة والمسجلة، فالبرامج المسجلة تبقى أسهل من البرامج المباشرة بسبب:

1. إمكانية إخفاء الأخطاء والعيوب عن طريق المونتاج
2. إمكانية إعادة الفقرة التي يتم أداؤها بطريقة سيئة
3. سهولة السيطرة على الحلقة

أما برامج المسابقات المباشرة فهي تتميز بـ:

1. يصعب التغلب على الأخطاء وإخفاء العيوب
2. تحمل نكهتها الخاصة من حيث المشاركات الخارجية وتفاعلات المشاهدين
3. إمكانية التواصل بين المذيع والمتلقي
4. يسهم في إثراء الحلقة والارتقاء بالمتلقي من مشاهد إلى مشارك
5. تكمن خطورتها في إمكانية إحراج المذيع أو على الأقل إرباكه في حال عدم تمكنه من الحلقة والتقديم
6. تمثل اختبارا حقيقيا لإمكانيات وتمكن المذيع وكذلك اختبار حقيقي لقدرات المعد

ومن الضروري جدا لمعد المسابقات التأكد التام من مصدر معلوماته، وتجنب الأسئلة التي تحتمل أكثر من إجابة، ذلك أن المذيع في الغالب يتقيد بالإجابة الوحيدة التي يضعها المعد للسؤال، حتى لا يفتح بابا للتشكيك في مصداقية البرنامج والتي تقوده تلقائيا للسقوط في براثن الفشل.

وتتعدد الأنماط الإعدادية في برامج المسابقات ما بين مسابقات حركية وذهنية ومعلوماتية، فالمسابقات الحركية تبقى أقل خطورة في السقوط في هوة التشكيك، ذلك أنها تعتمد على الأداء الجسماني المُشاهد شأنها شأن الرياضة.

ويجب أن تكون كل حركة من الحركات المسابقاتية تقود إلى مدلول معين أو بالأصح إلى قيمة معينة وتكون فيها فائدة، لأن برامج المسابقات ليست للإمتاع والترفيه فحسب، ولكنها تؤدي أدوارا اجتماعية وصحية ونفسية كبيرة.

أما برامج الذكاء فتعتمد على الخدعة التي تنمي في المتلقي قوة الملاحظة فمثلا (أمر أمير الأمراء بحفر بئر في الصحراء ليشرب منها الفقراء... فكم راء في ذلك) ؟؟؟؟ بالتأكيد المشاهد غير الملاحظ أو من ليست لديه قوة ملاحظة وتركيز يبدأ بعد حرف الراء غير أن قوي الملاحظة يدرك أن المقدمة الطويلة المسجوعة للسؤال ليست سوى خدعة وأن السؤال الحقيقي يكمن في الشق الأخير (كم راء في - ذلك -) وبالتأكيد لا توجد راء في كلمة ذلك.

أما مسابقات الأسئلة والإجابات فتركز على حصيلة المعلومات عند المشاهد وفي ذات الوقت تعطي معلومات جديدة للمشاهد وتزيد من حصيلته.

وهناك نمط آخر من أنماط المسابقات وهو المسابقات الدعائية أو الإعلانية، وتتسم بأسئلة أقرب للإجابة منها على الأسئلة، ويكون الهدف منها تعريف المشاهد بالجهة المستهدفة أو منتجاتها أو أي شيء يختص بها .

أما مسابقات الرسائل النصية القصيرة فلا تحتاج جهدا إعداديا كبيرا، ذلك أنها تعتمد على الأسئلة السهلة جدا ذات الإجابات الأسهل، لأن الهدف منها المشاركة ومساهمة المشاهد غير المباشرة في التكلفة أو جني الأرباح.

وهناك نمط آخر من أنماط المسابقات هو مسابقات الحظ، وهذه تحتاج من المذيع لجهد الفكرة ونسجها بطريقة جاذبة، وهي من المسابقات صعبة الإعداد نوعا ما، لأن الأفكار الجديدة تحتاج جهدا أكبر، وهذه المسابقات لا تعتمد على السؤال في بعض الأحيان بل تعتمد على الحوارات القصيرة، وحتى هذه الحوارات يجب أن تكون هادفة، ومثال هذا النمط من برامج المسابقات برنامج الحظ الذي يلتقي بالناس في الشارع، فيهبهم ما يغير مجرى حياتهم من جوائز مجانية أو كذلك، كالذي يجد سيارة قديمة فيقوم بإصلاحها وتغيير معالمها للأفضل بحيث تستعصي معرفتها على صاحبها.

وتتعدد برامج المسابقات وتتنوع دونما قاعدة معينة لأنها تعتمد بالأساس على فكرة المعد،وفيها مساحات حرة لابتكار الأنماط.

والقاعدة الأساسية الثابتة في إعداد برامج المسابقات تبقى دائما هي الشد والمتعة الترفيهية مع المدلول والهدف.

وتبقى برامج مسابقات الكبار أسهل إعدادا مـن بـرامج مـسابقات الأطفـال، لأن بـرامج مسابقات الأطفال تكون أكثر صرامـة في تأكيـد المـادة والهـدف، والتركيـز عـلى الـسلامة خاصـة في البرامج الحركية، إضافة إلى ان ما يتلقاه الكبير من معلومات بإمكانه المجادلة فيه ونقده وقبوله أو رفضه، أما المعلومة التي تصل للطفل فتشكل أساسا قاطعا يتم تخزينه والاسـتعانة بـه كمرجـع في كل حياته.

5. برامج الرأي العام

الرأي العام أو التوجيه المعنوي في بعض التسميات يعني توجيه المشاهد وتعبئته باتجاه معين، وإعداد برامجه من أخطر أنواع الإعداد وأصعبها، ذلك فمن الـضروري أن يكـون لكـل معـد رسالة مجتمعية أو بالأصح إنسانية سامية تفرض عليه الحياد والنظر لكل الأمور بعين مجـردة مـن كل شيء، فعين المعد يجب أن تكون مفتوحة فقط على القيم الإنسانية الكاملة.

وبرامج التعبئة العامة لها متخصصون، هم في الغالب ينظرون بعـين واحـدة ويغمـضون العين الأخرى في برامج التعبئة السياسية، ومثـال لـذلك أن تكـون هنـاك حالـة مـن الاحتقـان بـين دولتين أو طرفين سياسيين كما يحدث على سبيل المثال دائما بين مصر والسودان أو كنمـوذج لـذلك ما حدث بين العراق والكويت أبان الأزمة والحرب وبعدهما.

وأقرب دليل على ذلك أن جيلنا وما سبقه من أجيال شحنت عـلى أن اليهـود هـم أعداؤنا وهم مغتصبو فلسطين، وأن القدس هي العاصمة الأبديـة لفلـسطين، ولمـا

عقد الرئيس المصري الراحل محمد أنور السادات اتفاقية (كامب ديفيد)، عجز المعدون المصريون رغم خبراتهم المشهودة من عكس تيار التعبئة الجماهيرية، وفشلت كل محاولات من حاولوا منهم، ذلك أنهم قبل الاتفاقية كانوا ينادون بعكس ما يحاولون الترويج له بعد الاتفاقية، وجاءت النتائج مضادة وانتهت بمقتل الرئيس في حادثة الإسلامبولي الشهيرة.

وحتى على المستوى القومي وبعدما تغيرت الأحوال والظروف، نجد معظم المعدين الكبار يحجمون عن إعداد برامج التعبئة التي تسوق للتسوية والتطبيع، إما بسبب مواقفهم الثابتة أو بسبب ما أعدوه مسبقا.

وفي معظم الأحيان يعتمد إعداد برامج التعبئة السياسية على تفخيم طرف وتحقير الطرف الآخر ويعتمد على الصورة في التلفزيون بدرجة كبيرة .

على كل فان إعداد برامج الرأي العام على اختلافها يحتاج لعدة عوامل منها:

1. المعرفة الجيدة للتاريخ
2. التأكد من صحة المعلومة
3. امتلاك الناصية اللغوية ذات الألفاظ الخاصة
4. المعرفة التامة بمزاج الشريحة المستهدفة
5. اختيار الضيوف المناسبين

6. اختيار المادة الحوارية المناسبة للقاءات والريبورتاج

7. التدعيم بالتقارير القصيرة

8. المقدرة على نسج الجمل القصيرة المتكاملة

6. برامج التعبئة العسكرية

برامج التعبئة العسكرية تقوم على محورين؛ أحدهما بث روح العزيمة ورفع الروح المعنوية، وبث روح الانهزامية والإحباط في الطرف الآخر، وتعتمد برامج التعبئة العسكرية على مقدرة المعد في اللعب بالألفاظ واستدعاء الأشعار والأغاني والأناشيد الحماسية والاختيار الدقيق للألفاظ التي تغطي الصور، مع الاعتماد على الجمل القصيرة المتكاملة التي تبث الروح الوطنية وترفع وتيرة الاستعداد للقتال.

ويقع معد برامج التعبئة العسكرية في تأثيرات الضغوط النفسية الهائلة خاصة لو كان يتبع الطرف الخاسر أو المهزوم، ذلك أن إحساسه بالهزيمة والانكسار الداخلي يمثل عاملا نفسيا يؤثر في اختياره الألفاظ المناسبة، التي قد يحاول بها حسب مقتضيات الضرورة مغالطة الحقائق الماثلة على الأرض، إضافة لأنه يجد نفسه كالخياط الذي يقوم بتفصيل ما تمليه عليه الجهة التي يعمل لحسابها.

وتعتمد آلية إعداد مثل هذه البرامج على إخفاء الكثير من الحقائق وتفخيم الحقائق المسموح بها أو تحقيرها وهو ما يفقد المعد المصداقية حتى بينه وبين نفسه.

7. برامج التعبئة الاجتماعية

تعتبر برامج التعبئة الاجتماعية من أفضل البرامج التي ينصح المعدين بعدم التردد في إعدادها، لأنها برامج بناء لا هدم وأن آثارها موجبة وليست سالبة.

ومن أمثلة برامج التعبئة الاجتماعية برامج حث المزارعين على الزراعة من أجل الاكتفاء الذاتي، وبرامج الحصاد والتكافل وحملات النظافة العامة وغيرها من المسائل الشبيهة.

وتحتاج هذه البرامج من المعد خبرة في التعامل لغويا وموضوعيا مع الفئة المستهدفة، إضافة إلى اختياره المعينات الغنائية والشعرية والاستشهاد بالمواقف، والمقدرة على نسج الجمل القصيرة المعبرة والمحفزة الأشبه بالمانشيتات الصحفية.

8. برامج التعبئة للحملات

نوع من البرامج التي تأتي بين حين وآخر وتتطلب من المعد جهدا كبيرا في إعدادها، فمثلا حملة مكافحة المخدرات وحملة مكافحة السرطان وحملة

النظافة وهي أشبه ما تكون في إعدادها ببرامج المناسبات والأعياد ومعظمها يكون مباشرا .

وتتطلب آلية إعداد هذه النوعية من البرامج:

1. تحضيرا جيدا

2. معرفة تامة بالمادة التي يتم الترويج لها

3. المزج بين التقارير الوثائقية والريبورتاج الجماهيري والمباشرة والاستشهاد بمتخصصين ولقاءات مع القائمين على الأمر.

9. برامج الكوارث

قد تمنى الدولة أو المنطقة التي يعمل فيها المعد بكارثة من الكوارث الطبيعية، كالفيضانات أو الهزات الأرضية أو حمم بركانية متدفقة أو حتى وباء مرضي معين.

وتكون أجهزة الإعلام المقروءة والمسموعة والمرئية في الغالب متفرغة لمثل هذا الحدث، مما يضع ضغطا مضاعفا على المعدين، لأن إعداد برامج الكوارث تتميز بطبيعتها عن غيرها من البرامج أنها تحتاج إلى:

1. لغة خاصة تنسجم مع الحالة العامة التي يعيشها المتلقي

2. مادة كلماتها منتقاة تلعب دورا مزدوجا هو العزاء ورفع الروح المعنوية، فمواساة أسر الضحايا تتطلب التسرية عنهم للتخفيف من

معاناة الفقد، والحديث مع المصابين يجب أن يتجاوز هـم الإصابة لأمـل الـشفاء، وفي الوقت ذاته يجب تعميق آثار الكارثة لحـث الجهـات المـستهدفة عـلى تقـديم الدعم والعون.

3. معد يملك خاصية التفاعل مع هذه الأمور، خاصة لو كان المعد نفسه من المـصابين بفقيد أو ضرر ما.

4. براعة في إعداد المادة الحوارية التي تجعل الملتقى به يتحـدث بعفويـة أو بالأصـح يجدها متنفسا لما يكبته من قول، خصوصا إذا كان من المصابين أو ممن فقد قريبـا له.

5. أن تتسق المقدمة والخاتمة مع ما تحمله المادة المعدة من أبعاد، فالبرامج الكوارثية تختلف باختلاف أنواع الكـوارث وأيـضا بـاختلاف المـدى الزمنـي للكارثـة، فإعـداد البرامج التحذيرية قبل الكارثة تحمل لغة غير التي تحملها إعداد البرامج التي تـأتي وقت الكارثة.

10. برامج الحداد العام

الحداد العام يأتي بموت جماعي كـسقوط طـائرة أو غـرق سـفينة أو عبـارة أو اصـطدام قطارين أو حتى تدهور حافلة ركاب وغيرها من الحوادث التـي تتميـز بالفنـاء الجماعـي، وهنـاك شق آخر من حالات الحداد العام كموت علم من أعلام الدولة والمجتمع.

وإعداد برامج الحداد العام يحتاج من المعد تعميق حالة الفقد، وقيادة المتلقي باتجاه التأثر به والتفاعل معه، خاصة وأن معظم المشاهدين قد لا يهمهم الفقيد بالدرجة الأولى، وأن البرنامج قد يأتي بديلا لمادة محببة ينتظرها المتلقي كمسلسل أو برنامج مسابقات أو غيره من البرامج الجماهيرية.

ومهمة المعد في هذه الحالة أن يجعل المادة التعويضية مادة جاذبة، لو أحسن المعد نسج خيوطها، لأن المادة الجاذبة هي المادة التي تلفت الانتباه، كأن يستشهد بشواهد قد تكون خافية على الجمهور، ويستدعي المواقف التاريخية للحدث، فمثلا في حالة احتراق طائرة بركابها، قد يكون الحدث عاديا بعض الشيء ويهم بالدرجة الأولى أسر الضحايا وأقاربهم ومعارفهم، غير أنه من الممكن أن يكون جاذبا في حال ولوج المعد بإعداده حوادث مماثلة حدثت في نفس المنطقة، والأسباب المفترضة للحادث والصندوق الأسود وكيفية البحث عنه، وهل تم العثور عليه أم لا؟ وما هو الصندوق الأسود ولماذا لا يحترق مع الطائرة؟ وماذا دار في اللحظات الأخيرة للمأساة؟ وما إلى ذلك من مواد تجعل من الخبر الصغير، مادة برامجية تملك كل خواص الشد والمتابعة.

11. الندوة التلفزيونية

تعتمد الندوة التلفزيونية على العمق في التحليل وطرح القضايا، مع الإدلاء بالحقائق والإفصاح عن الثوابت عن طريق النقاش المستفيض مع ضيوف البرنامج، وهو يتطلب تحديدا دقيقا لمادة الحوار، وحسن اختيار المشاركين، ووضع سيناريو الحديث للبرنامج لكي يسير بطريقة سهلة ومقبولة،

ينتج عنه نقاش مفيد يعكس لغة المعاشرة المشتركة بين ضيوف البرنـامج، في ظـل سـيطرة محكمـة لمدير الندوة على كل الخيوط، وبأسلوب جـذاب وممتـع يـترك انطبـاع متميـز للمتابعـة المـستمرة والفائدة المرجوة من البرنامج.

التخطيط لإعداد برامج إذاعية وتلفزيونية

تمر عملية التخطيط لإعداد البرنامج بخمس مراحل أساسية مع مراعاة الـسمات المعـاصرة للـبرامج الإذاعية والتليفزيونية من حيـث سلاسـة الأسـلوب اللغـوي، والإيجـاز في النـصوص، سرعـة الإيقـاع وخفـة الـبرامج ومناقـشة القـضايا الحـساسة، والاسـتعانة بمـصادر المعلومـات والإحـصائيات حـول الموضوع المثار، والتخصص في مخاطبة فئات جماهيرية أو معالجة موضـوعات محـددة، إلى جانـب التفاعل مع الجمهور وتوظيف الصورة التليفزيونية جيداً، والمراحل هي:

1. اختيار فكرة الموضوع

يـستطيع المعـد مـن خـلال المعايـشة الكاملـة للواقـع المحـيط بـه وإحـساسه بمـشكلاته وقـضاياه واهتماماته أن يلمح الأفكار التي تتناسب مع سياق البرنامج الذي يعده .

وتعتبر المتابعة الدائمة لوسائل الإعلام المختلفة، والقراءة للكتب المختلفة، والدراسـات التـي تقـوم بها مراكز البحوث والجامعات، روافد مهمة لخلق أفكار جيدة لأن الفكرة هي "رأس مال المعد".

2. تحديد الجمهور

لا بد للفكرة المختارة أن تهم الجمهور المستهدف وتثير انتباهه وتمس مشكلاته، وأن تناسب الفكرة موضوع البرنامج واهتمامات المعد، وأن تكون الفكرة أخلاقية، بمعنى أنها تحترم أخلاقيات المجتمع وقيمه وعاداته.

3. تحديد الغرض

يتراوح غرض البرنامج ما بين الإعلام -أي تقديم معلومات معينة لجمهور المشاهدين أو لفئة منهم، ويتضح ذلك أكثر من خلال النشرات والبرامج الإخبارية- والتثقيف كالبرامج السياسية أو الدينية أو الاجتماعية، أو الترفيه كالبرامج الرياضية وبرامج المنوعات، أو التوجيه والتعليم كالبرامج الصحية أو الزراعية

4. البحث العلمي أو جمع المادة العلمية

مرحلة البحث العلمي أو جمع المعلومات، وتبدأ هذه المرحلة بعد الاستقرار على الموضوع أو فكرته الأساسية بشكل عام وتحديد الهدف منه، وهي قد تمتد حتى المراحل الأخيرة لتنفيذ البرنامج من خلال الكتب والمراجع والنشرات والصحف وشبكة المعلومات الدولية (الإنترنت) .

5. الاتصال والتنسيق

وهي مرحلة الاتصال بالمصادر والتأكيد معهم على ميعاد التصوير، والتنسيق مع فريق العمل كالمخرج ومقدم البرنامج والتواجد في مكان التصوير لمتابعة سير العمل وفقا للطريقة المتفق عليها والسيناريو المكتوب.

ويتطلب التخطيط ايضا ملائمة اختيار الموسيقى والأغاني للموضوع والجمهور المستهدف، وكذلك الإعداد لجلسة تمهيدية قبل التسجيل (بروفة) بين مقدم البرنامج وضيوفه، لتحقيق الألفة بينهما والاتفاق على أهداف البرنامج ومدته، واختبار الأجهزة الفنية للوصول أخيراً إلى التسجيل الإذاعي أو التليفزيوني وفق التصور الموضوع .

6. كتابة السيناريو

جرت العادة أن يكتب السيناريو الكامل أو شبه الكامل في شكل عمودين تنقسم الصفحة إلى قسمين أو عمودين على النحو التالي:

القسم الأول: يكون على يمين الصفحة، ويشمل ثلث المساحة فقط، ويخصص للصورة أو المرئيات؛ ويشتمل عادة على العناصر التالية: المناظر والديكورات، الأشخاص وسائر الكائنات الحية، الاكسسورات، شرح ما يجري من أحداث وحركة، المادة الفيلمية، الشرائح، اللوحات، كافة وسائل الاتصال المرئية.

القسم الثاني: يقع على يسار الصفحة، ويشغل المساحة المتبقية وحتى ثلثي الصفحة، ويخصص للصوتيات كالحوار والتعليق والمؤثرات الصوتية والموسيقى الصوتية.

ويمكن تخليص مراحل إعداد البرامج التلفزيونية والإذاعية بمجموعة من الأسئلة، التي تساعد على إعداد البرنامج بشكل أفضل وأدق، وإيصال الفكرة المرجوة منه للمشاهد او المستمع بشكل أوضح، وهي:

- ما هو الهدف من المادة المعدة أو البرنامج ؟
- من هي الشريحة أو الشرائح المستهدفة ؟
- ما هي العوامل المساعدة المطلوبة ؟
- كم مدة المادة أو الحلقة وكم عدد الحلقات ؟
- في أي ساعة من ساعات اليوم يتم البث والإعادة ؟
- ما هي المعلومات المراد إيصالها من خلال المادة وكيف يتم توفيرها ؟
- ما هي المحاذير التي تنتهجها الحلقة وكيف يتم تجنبها وتجنيب المشاهد لها ؟
- من هو المخرج الذي يتولى الإخراج وما هي طريقته ؟؟؟

- ما هي المصادر والمراجع المطلوبة وهل هي متيسرة وأين وكيف ؟؟؟
- هل يوجد معدين مساعدين ومن هم ؟؟؟
- ما هي الفترة الزمنية الممنوحة للمعد حتى تاريخ تسليم المادة ؟؟؟
- الشروع في كتابة السيناريو (النص الإذاعي والتلفزيوني)

نموذج سيناريو برنامج إذاعي			
التعليق	**المتحدث**	**الصورة / الكاميرا**	**المؤثرات الصوتية**
مسا الخير و اهلا و سـهلا فـيكم مشاهدينا في حلقة جديـده مـن برنـامجكم ،	المذيع / المذيعة	---------	أغنية لفيروز تبدأ قبل حديث المذيع / المذيعة وتستمر خلفية

برنامج كل الشباب ... بيت الشباب .			
حلقتنـا اليـوم رح تتناول موضـوع .. الـصعوبات التـي تواجه الـشباب في مجتمعنا .. و هـو موضـوع اهـتمام كـل الـشباب في مجتمعنا الـداخلي و الخـارجي ، و لمناقـشة هالموضـوع رح يكـون معنـا اليـوم	المذيع / المذيعة	---------	---------

في الاستوديو:-			
الدكتور حمدان السالم الناشط في مجال العمل الاجتماعي .	المذيع / المذيعة	---------	---------
السيدة دعاء فاعوري مديرة مكتب صندوق الملك عبد الله للتنمية الشبابية و ناشطة ايضا في العديد من البرامج و المؤسسات	المذيع / المذيعة	---------	---------

			الشبابية المحليـة و العالمية
---------	---------	المذيع / المذيعة	مــشاهدينا وهـــلأ خلينــا نــشوف رأي الــشباب بموضــوع حلقتنا لليوم
---------	---------	تقرير	تقرير
---------	---------	المذيع / المذيعة	و بعد ما شفنا رأي الشباب ، اسمحيلي ست دعاء اني ابـدأ مع الدكتور حمدان
---------	---------	المذيع / المذيعة	دكتــور ، حاليــا في مجتمعنــا في كتــير مــن الــصعوبات و المــشاكل بتواجــه

الــشباب ، برأيــك دكتور و من خـلال خبرتك في هالمجـال شــو هـــي اهــم الــصعوبات الــلي بتواجه شبابنا اليوم في مسيرتهم ؟			
شـــــكرا عــــلى استــضافتكم لي، في البداية إن المـشاكل التي تواجه الشباب	الدكتور حمدان	---------	---------
ســـت دعـــاء ، باعتقــــــــادي انــه مــن خــلال	المذيع / المذيعة	---------	---------

			صندوق الملك عبد الله بتم تنفيذ العديد من البرامج العملية اللي بتهتم بمثل هاي المواضيع ، فشو هي اهم المساعدات اللي بتم تقديمها للشباب سواء من صندوق الملك عبد الله للتنمية او غيرها من البرامج التنموية الاخرى ، وبتساعد الشباب بالفعل على انهم يتخطوا مرحلة

			الـــــــصعوبات في مسيرة حياتهم ؟
---------	---------	الآنسة دعاء	نعمـل في صـندوق الملـك عبـد اللـــه للتنمية على ...
---------	---------	المذيع / المذيعة	ســـؤالنا الاخـــير لـضيوفنا، و بنبـدا المـره هـاي معـك ست دعاء-: هـل بتـشوفي انـه هناك دور حقيقـي للمـــــنظمات و المؤسسات الشبابية في تقـــديم فـــرص حقيقيــة للـشباب

و تخفيـــــف الـــصعوبات الــلي بواجهوهـــــا في حياتهم ؟			
...........إجابـــة الآنسة دعاء	الآنسة دعاء	---------	---------
و بالنـــسبة الـــك دكتور خلدون شـو رأيــــك بهــــاي المنظمات ؟	المذيع / المذيعة	---------	---------
...........إجابـــة الـــدكتور حمـــدان	الدكتور حمدان	---------	---------

مشاهدينا ، شبابنا هو املنا بالحياة و لازم انه نقدم له كل الدعم علشان نتقدم بمسيرتنا و مسيرة مجتمعنا خطوة ورا التانية نحو الامام.	المذيع / المذيعة	---------	---------
و في النهاية بشكر ضيوفنا على وجودهم معنا في البرنامج ، الدكتور حمدان السالم الناشط	المذيع / المذيعة	---------	موسيقى هادئة

في مجــال العمــل الاجتماعي .			
والآنـــسة دعـــاء فاعوري من مكتب صندوق الملك عبـد الـلـه للتنمية	المذيع / المذيعة	---------	موسيقى هادئة
مشاهدينا على امل نـــشوفكم بحلقـــة جديدة و بموضـوع شـــبابي جديـــد الاســبوع القــادم ، مع السلامة.	المذيع / المذيعة	---------	موسيقى هادئة

نموذج سيناريو برنامج تلفزيوني

التعليق	المتحدث	الصورة / الكاميرا	المؤثرات الصوتية
مسا الخير و اهلا و سهلا فيكم مشاهدينا في حلقة جديده من برنامجكم ، برنامج كل الشباب ... بيت الشباب .	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	---------
حلقتنا اليوم رح تتناول موضوع .. الصعوبات التي تواجه الشباب في مجتمعنا .. و هو موضوع اهتمام كل الشباب في مجتمعنا الداخلي و الخارجي ، و لمناقشة هالموضوع رح	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	---------

يكـــون معنـــا اليـــوم في الاستوديو:-			
الــدكتور حمــدان الــسالم الناشــط في مجــال العمــل الاجتماعي .	المذيع / المذيعة	الكاميرا على الدكتور حمدان	---------
الــسيدة دعــاء فــاعوري مــديرة مكتــب صــندوق الملك عبـد اللــه للتنميـة الشبابية و ناشطة ايـضا في العديــد مـــن الــبرامج و المؤســـــسات الـــــشبابية المحلية و العالمية	المذيع / المذيعة	الكاميرا على الانسة دعاء	---------
مــــــشاهدينا و هــــــلأ خلينـــــا نـــــشوف رأي	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	---------

الشباب بموضوع حلقتنا لليوم			
تقرير	تقرير	تقرير	---------
و بعد ما شفنا رأي الشباب ، اسمحيلي ست دعاء اني ابدأ مع الدكتور حمدان	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	---------
دكتور ، حاليا في مجتمعنا في كتير من الصعوبات و المشاكل بتواجه الشباب ، برأيك دكتور و من خلال خبرتك في هالمجال شو هي اهم الصعوبات اللي بتواجه شبابنا اليوم في مسيرتهم ؟	المذيع / المذيعة	الكاميرا بين الدكتور حمدان والمذيعة	---------

شكرا على استضافتكم لي، في البداية إن المشاكل التي تواجه الشباب	الدكتور حمدان	الكاميرا على الدكتور حمدان حتى انتهاء إجابته	---------
ست دعاء ، باعتقادي انه من خلال صندوق الملك عبد الله بتم تنفيذ العديد من البرامج العملية اللي بتهتم بمثل هاي المواضيع ، فشو هي اهم المساعدات اللي بتم تقديمها للشباب سواء من صندوق الملك عبد الله للتنمية او غيرها من البرامج التنموية الاخرى ، و بتساعد الشباب	المذيع / المذيعة	الكاميرا بين الآنسة دعاء والمذيعة	---------

بالفعـــل عـــلى انهـــم يتخطـــوا مرحلـــة الـــصعوبات في مـــسيرة حياتهم ؟			
نعمل في صندوق الملك عبد اللـه للتنمية	الآنسة دعاء	الكاميرا على الآنسة دعاء حتى انتهاء إجابتها	---------
سؤالنا الاخير لـضيوفنا، و بنبدا المره هاي معك ست دعاء-: هل بتـشوفي انـه هنـاك دور حقيقي للمنظمات و المؤسـسات الـشبابية في تقـــديم فـــرص حقيقيـــة للـــشباب و تخفيف الصعوبات اللي	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	---------

بواجهوها في حياتهم ؟			
...........إجابة الآنسة دعاء	الآنسة دعاء	الكاميرا على الآنسة دعاء حتى انتهاء إجابتها	---------
و بالنسبة الك دكتور خلدون شو رأيك بهاي المنظمات ؟	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	---------
...........إجابة الدكتور حمدان	الدكتور حمدان	الكاميرا على الدكتور حمدان حتى انتهاء إجابته	---------
مشاهدينا ، شبابنا هو املنا بالحياة و لازم انه نقدم له كل الدعم علشان نتقدم بمسيرتنا ومسيرة مجتمعنا	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	---------

خطوة ورا التانية نحـو الامام			
و في النهايـــة بـــشكر ضيوفنا عـلى وجـودهم معنـــا في البرنـــامج ، الدكتور حمـدان الـسالم الناشط في مجال العمل الاجتماعي .	المذيع / المذيعة	الكاميرا على الدكتور حمدان	---------
والآنسة دعـاء فـاعوري مــن مكتــب صــندوق الملك عبد اللـه للتنمية	المذيع / المذيعة	الكاميرا على الآنسة دعاء	---------
مــشاهدينا عــلى امــل نشوفكم بحلقة جديدة و بموضوع شبابي جديد الاسـبوع القـادم ، مـع السلامة.	المذيع / المذيعة	الكاميرا على المذيع / المذيعة	---------

الإخراج

عملية إبداعية علمية فنية متكاملة تقتضي التعاون والتفاهم بين المنتج والمخرج، وتعتمد على قواعد وضوابط تتلخص في القدرة على خلق اتصال ناجح بين عناصر أفراد طواقم العمل من منتجين وشخصيات قيادية وفريق عمل، ومعدات وأجهزة فنية من ميكروفونات وكاميرات وعواكس وإضاءة ورسوم وديكور وموسيقى ومؤثرات وأزياء وإكسسوارات و أماكن تصوير ....الخ، بحيث يتم الإعداد لذلك إعدادا شاملا وواضحا.

- **من هو المخرج**

المخرج كمفهوم عام هو ذلك الفنان الذي يقرأ النص بتعمق ويصور أحداثه على مسرح مخيلته، ثم يجسدها بكل ما يمتلك من أدوات وتقنيات بواسطة الممثلين .

أما التعريف الجوهري فهو ذلك الفنان الذي يستطيع أن ينظر إلى الحياة نظرة عميقة فيحللها تحليلا دقيقا ويفسر ظواهرها الطبيعية والسياسية والاجتماعية و الاقتصادية، بالإضافة إلى تمتعه بثقافة عامه واسعة واختصاص فني عال وتذوق جمالي رفيع.

فالمخرج هو قائد الإنتاج وهو الذي يحدد طريقه الإبداعي، وهو العقل المفكر والمدبر والمسؤول الأول والأخير عن نجاح أو فشل العمل بكل مقوماته وعن أداء الممثلين، وعن تفاعل الجمهور مع الأحداث من البداية حتى النهاية، وهو المسؤول عن الإجابة عن كل الأسئلة التي تطرح حول الإنتاج .

- **صفات ومؤهلات المخرج**

هناك على الأغلب صفة واحده تجمع كل المخرجين المتميزين، حسب العمل، فالمخرج له صفات ومؤهلات وشروط لابد من توافرها ليحدث التطابق والتماثل مع المهمات والواجبات الملقاة على عاتقه وتتناسب مع تطلعاته وآماله، يمكن انجاز ذلك في ما يلي:

1. امتلاك القدرة التعليمية، والقدرة على النفاذ إلى أعماق النفس

2. امتلاك الموهبة والذكاء وإرادة صبورة

3. يتمتع بصحة حديديه وأعصاب فولاذيه وتفاؤل دائم

4. القدرة على التعامل مع مختلف أنواع الناس بدءا من المـشاركة في المـشهد الجماهـير وانتهاء بمدير الإستوديو

5. يمتلك الكفاءة والقدرة على المران وترتيب وتنظيم العمل فنيا وإداريا وماليا

6. التمتع بمهارة القيـادة والـتفهم والاسـتقطاب و الجـذب وحـسن الحـديث والمجاملـة والتوجيه

7. القدرة على تحمل المسؤولية وتبعـات العمـل سـلبا وإيجابـا والقـدرة عـلى المعالجـة والمتابعة

8. القدرة على الإبداع والابتكار والتجديد والتجريب

9. يتمتع بخيال خصب وشعور وإحساس مرهف

10. يتمتع بسمات الإدراك ويميز الأصوات وتطويعهـا بالتـدريب والتقليـد وفـق القواعـد والأصول والدلالات

11. الإلمام بالإمكانات الفنية والتقنيات وأدواتهـا، وعناصرهـا داخـل الإسـتوديو، وخارجـه، ومميزاته وحاجاته وان تكون لديه القدرة على استخدامها في مواضعها

12. أن يتمتـع بقـدرات معرفيـة وثقافيـة عامـه في مختلـف جوانـب الحيـاة الـسياسية والاجتماعية والثقافية والمعارف العامة

13. الإلمام بالسياسة العامة لوسائل الإعلام وقوانينها و أنظمتهـا والتـشريعات الفنيـة لهـا والمهنية وعلاقاتها الأخرى إقليميا ودوليا

14. يتحلى بروح التعاون مع الفنانين والمشاركين وطواقم الإنتاج

- **مهام وواجبات المخرج**

إن عمل المخرج هو عمل مهم ويقع في أعلى درجات التخصص المعاصر في مجـال الفـن، فـإذا كـان الممثل يقف مابين المتفرج والمؤلف، باعتباره مـترجما لفكـرة المؤلـف إلى لغـة الفعـل المـسرحي أو السينمائي أو التلفزيوني أو الإذاعي، فإن المخرج يقف بين الممثل والمؤلف الأصلي .

وهكذا فإن المخرج هو مترجم للمترجمين، فهو أول من يفسر العمل الفني، وينقل تفسيره ورؤيتـه لما كتبه المؤلف، إلى كل مجموعه من المنفذين.

فبعد إن ينتهي الكاتب من مهمته الأساسية وهي كتابه النص يتم تـسليمه إلى المخـرج، ومـن هنـا تبدأ مهام المخرج ويمكن انجاز ذلك فيما يلي :-

1- قراءة النص، حيث تعتبر مـن أهـم المراحـل وأخطرهـا في مـسيرة المخـرج الفنيـة فهـي نقطـة الانطـلاق، فـالمخرج النـاجح

سيعيد قراءة النص مرارا ويتعمق فيه أكثر لكي يكوّن رؤية واضحة، ويستطيع من خلال ذلك استنباط ما بين السطور.

2- تدوين كل ما يخطر على البال من ملاحظات وأفكار تغني النص، أ، تساؤلات حوله أو حلول يمكن الاستفادة منها.

3- تحديد الهدف الأعلى والأسمى للعمل مع تحديد الأهداف الصغرى التي جميعها تصب في خدمة الهدف الأساسي للعمل.

4- يعني ذلك أن المخرج يأخذ بعين الاعتبار نوع العمل الذي سيتم إنتاجه سواء كان برامج أو أفلام أو مسلسل أو سلسلة أو إنتاج وثائقي .... الخ، لهذا لابد من الدقة في تحديد المهمات و الأهداف والأهداف و الأدوار والجمهور المستهدف والأساليب والأشكال التي يُقدم بها العمل.

5- تقسيم النص إلى محاور أو مشاهد أو حلقات حسب نوع العمل وذلك حتى يسهل إنتاجه.

6- تحديد الأدوار والشخصيات المشاركة في الإنتاج من فنانين وفنيين وإداريين ومنتجين وغيرهم.

7- قراءة النص وإسناد الأدوار للشخصيات المشاركة وتحليلها.

8- يصنع المخرج خطه تنفيذية للإنتاج وهي سلاحه في نضاله لتجسيد رؤيته الفنية.

9- يقوم المخرج بوضع برنامج زمني عليه أن يخطط أعماله بحيث تتوافق ومتطلبات التنفيذ.

10- يعطي المخرج تعليماته لكل المشاركين في العمل من (رسام ومصور والتفاهم مع مهندس الصوت و الإضاءة والموسيقى والديكور والأزياء والمؤثرات .....الخ).

11- التدريب الشامل وهو المعروف بالبروفة النهائية التي يتواصل فيها العمل دون انقطاع إلا عند اللزوم، أما بخصوص لأذاعه فسيكون لنا تفاهم حول ذلك في كيفية الإخراج والتدريب على الفنيات والتقنيات الإذاعية الطاقم المشترك.

12- التعليم ... عليه أن يتعلم طوال الوقت، وعليه أن يخطو جنبا إلى جنب مع الفن النامي باستمرار، وعليه أن يسير قدما إلى الأمام.

13- إعداد السيناريو التنفيذي للتصوير بدءا باللقطة والمشهد انتهاء بالعمل.

14- عملية المونتاج، ربـط مـآتم تـصويره وفـق الـنص مـن وجهـه المنظـور الفنـي للمخرج.

15- بذلك تتم مراحل الأعـداد والإنتـاج والتنفيـذ ليـصبح العمـل جـاهزا للبـث أو العرض.

الأساليب الفنية المستخدمة في الإذاعة والتلفزيون

- القطع cut

يستخدم القطع غالبا في الحالات الآتية :-

1- الانتقال من كاميرا إلى أخرى أثناء استمرار الحدث.

2- الانتقال من مشهد إلى آخر.

- المزج Mixer Dissolve

يستخدم عادة للدلالة على الآتي:-

1- الدلالة على انقضاء فترة زمنية.

2- الانتقال بين مشهدين بينهما بعد زمني

3- الانتقال من عنوان إلى آخر

- التلاشي والظهور fade in and out :-

يستخدم التلاشي والظهور في:

1- تلاشي الصورة تدريجيا حتى تختفي تماما هو fade out

2- ظهور الصورة تدريجيا بادئة من اللون الأسود إلى أن تتضح معالم الصورة تدريجيا هو fade in ويستخدم للدلالة على انقضاء فترة زمنية طويلة

وتتمتع هذه المصطلحات باحترام دولي كما تحظى وتفهم الجمهور المشاهدين وهي تشكل أداة فعالة للمخرج.

اللقطات shots

اللقطة: تبدأ اللقطة عند الضغط على التسجيل وتنتهي بالضغط مرة أخرى عليه لإنهاء التسجيل.

المشهد: مجموعة لقطات متتابعة تدور في زمن معين ومكان محدد بذاته، ومن مجموعة المشاهد يتكون العمل الدرامي.

وتعرف اللقطات التلفزيونية بكمية المادة الداخلة ضمن إطار الشاشة، غير أنه في الممارسة الفعلية هناك اختلاف كبير في تسمية اللقطات فيما يعتبر لقطة متوسطة Medium Shot من قبل أحد المخرجين قد يعتبر لقطة طويلة

long shot من قبل آخر، على أن تحديد اللقطات عموما يتم على أساس ما يظهر في اللقطة من الجسم الإنساني.

وبناء على ذلك، هناك عناصر يجب أن يحددها المخرج قبل تصوير كل لقطة:

1. حجم الشيء المراد تصويره
2. زاوية الكاميرا بالنسبة للشيء المراد تصويره
3. زاوية الشيء المراد تصويره بالنسبة للكاميرا

وبالتلاعب بهذه العناصر يستطيع المخرج أن يحوّل انتباه المتفرج من الحركة داخل اللقطة إلى الحركة داخل اللقطة التالية لها، وهو ما يزيد أو يقلل من الدراما، كما يؤثر على الجو العام وعلى الأسلوب، وبالتالي على اللقطة المصورة نفسها.

أنواع اللقطات

أنواع اللقطات الأساسية ثلاثة:

1. اللقطة القريبة
2. اللقطة المتوسطة
3. اللقطة البعيدة

وفي ما يلي توضيح لهذه اللقطات واستخداماتها والهدف من استخدامها:

1. **اللقطة القريبة : close up (CU)**

هي التي تصور شخصا من أكتافه حتى أعلى رأسه.

ويتفرع عنها ما يلي :

- اللقطة القريبة جدا very close up (VCU): هي التي تصور جزءا تفصيليا من اللقطة القريبة.
- اللقطة متناهية القرب extreme close up (ECU): هي التي تصور جزءا صغيرا جدا من الشيء المصور قد تصل إلى مجرد عين .
- الغرض والهدف من اللقطات القريبة:

-1 تلفت النظر إلى الأشياء محدده في الكادر

2- التأكيد على أشياء معينه

3- تظهر رد الفعل وتعبيرات الوجه

4- توضيح تفاصيل الأشياء

5- تعتبر من أقوى الأدوات في يد المخرج .

2. اللقطة المتوسطة :- Medium shot (MS)

هي التي تصور شخصا من صدره حتى أعلى رأسه ويتفرع عنها الأتي :-

- اللقطة المتوسطة القريبة:- Medium close shot (MCS): وهي التي تصور شخصا من صدره حتى أعلى رأسه .

- الغرض والهدف من اللقطات المتوسطة :

1- التعرف على إشارات وحركات الجسم كالأرجل والأيدي

2- التوسط للانتقال مابين اللقطات والقريبة و اللقطات الكبيرة

3. اللقطة البعيدة :- Extreme long shot (ELS)

هي التي تحتوي أكثر كم من المعلومات يمكن أن تصل إلى المتفرج (لقطة المكان)،

وتفرع عنها الأتي :-

- اللقطة العامة :- Very long shot (VLS)

تستعمل أحيانا كلقطة تأسيسية Establishing shot في بداية مشهد ما، لتوضيح المكان الذي يتم تصويره، ووضع كل ممثل داخله، لعدم أرباك المتفرج في معرفة مكان كليهما في بقية لقطات المشهد (لقطة المكان والأشخاص).

- اللقطة الكبيرة :- long shot (LS)

وهي اللقطة التي تحتوي صورة شخص بكامل هيئته، من أخمص قدمه إلى أعلى رأسه، مع جزء كبير من المكان الذي حوله (لقطة أشخاص) .

- اللقطة المتوسطة الكبيرة :- Medium long shot (MLS)

وهي اللقطة التي تصور شخصا من ركبته حتى أعلى رأسه، وأحيانا ما تسمى اللقطة الأمريكية American shot (AS).

- الهدف والغرض من اللقطة البعيدة:

1- تعرفنا بموقع الحدث والجو العام للمكان

2- تمكننا من متابعة الحركة داخل الكادر

3- تعرفنا العلاقات بين الأشياء

4- تستعمل في استعراض الديكور

5- تحديد أماكن الشخصيات التي يتم تصويرها فيه

6- يمكن أن تستعمل في صرف انتباه المتفرج عن هذا الشيء

7- الإحساس بعزلة الشخصية المراد تصويرها

- سلبيات اللقطة البعيدة :

1. الشيء المصور في اللقطة البعيدة يظهر صغير الحجم
2. الإحساس بعزلة الشخصية المراد تصويرها
3. تضعف من سيطرة المخرج على توجيه انتباه المتفرج، وتقلل من تأثير الحركة عليه
4. يتجنب المخرج استعمال هذا الحجم، عندما يكون المطلوب توصيل تفاصيل في الكادر الى المتفرج

وهناك أنواع أخرى من اللقطات هي:

1. **اللقطة المصاحبة**

يتم تصوير هذه اللقطة بوضع الكاميرا والمصور ومساعده فوق عربة متحركة تتابع حركة الموضوع الذي يجري تصويره وتقوم الكاميرا بالتصوير طوال وقت الحركة دون توقف .

2. **اللقطة الاعتراضية**

لقطة كبيرة أو متوسطة تملأ الشاشة وتعترض السياق، توضع بين لقطتين لتوضح شيئا عن قرب، مثل فقرة هامه في خطاب أو بطاقة على باقة زهور، أو مانشيت في جريدة، أو اسم كتاب، أو غيرها من اللقطات التوضيحية التي لا يظهر فيها أحد من الممثلين أو الممثلات، وهي تفيد في الإيضاح أو لتغطية عيوب الترابط.

3. اللقطة فوق الكتف

تؤخذ هذه اللقطة من خلف كتف الممثل حيث يظهر بالصورة (الكادر) كتفه وطرف مؤخرة رأسه من الخلف مع ظهور وجه الممثل المقابل والذي يتحدث إليه هذا الممثل، وفي هذه اللقطات يجب أن لا ندع رأس شخص ما يغطي جزء من وجه شخص آخر مقابل له، ويتحدث معه وتستخدم بكثرة في المقابلات واللقاءات .

وصف اللقطة

يتم وصف اللقطة التي تحتوي على أشخاص بعدد الأشخاص في اللقطة:

1. لقطة فرديه Single shot
2. لقطة ثنائيه Two shot
3. لقطة ثلاثية Three shot

4. اللقطة الجماعية Group shot وتظهر مجموعة من الأشخاص في أطار واحد

ويمكن تطبيق التصنيف السابق لأحجام اللقطات على كافة الأشياء التي يمكن تصويرها دون النظر إلى اعتبار ما نصوره إن كان ينتمي إلى الجسم البشري أو غيره.

وقد رأى البعض أن يقوم بتصنيف أحجام اللقطات على أساس التشريح الدقيق لهيكل الإنسان الخارجي، وفي هذا التصنيف يتم تعريف كل لقطة وفقا لما تظهره من جسم الإنسان وعلى أصبحت أحجام اللقطات طبقا لهذا التصنيف على النحو الأتي:

1- لقطة الوجه Face Shot

2- لقطة الرأس Head Shot

3- لقطة الصدر Bust Shot

4- لقطة الوسط Waist shot

5- لقطة الفخذ Thigh shot

6- لقطة الركبة Knee shot

7- لقطة الشكل الكلي Full figure shot

زوايا التصوير

- تعريف زاوية التصوير:

هي الزاوية المقابلة لعدسة الكاميرا وتشمل المساحة التي تدخل في حدود الكادر من الموضوع المصور، ويجب على المخرج أن لا يتعدى الخط الوهمي للتصوير الذي يقع ما بين الكاميرا و الجسم المراد تصويره.

- أهمية زوايا التصوير:

1. تعطي المشاهد مزايا عديدة ونقاط رؤية متنوعة
2. تنتج منظورا متميزا؛ فارتفاع الكاميرا أو انخفاضها أو حركتها لها تأثير درامي مميز
3. تساعد المخرج على تحديد وضع الممثل أو الموضوع المراد تصويره داخل الكادر
4. تؤثر على كيفية إدراك المتفرج لهذا الموضوع

- أنواع الزوايا:

1. الزاوية العادية بمستوى النظر Normal angle

تعريفها: هي وضع الكاميرا في مستوى عين الموضوع تقريبا

- الغرض والهدف منها :-

1- تستخدم للتعبير عن الواقع دون إضافة أي دلالات على الصورة

2- تستخدم في المقابلات وليس لها أي اثر درامي

3- يجب أن يكون ارتفاع وضع الكاميرا مناسبا ومريحا، أي أن هذا يتوقف على المدى الـذي نصور فيه الموضوع، أي في نفس مستوى النظر مهما ارتفع أو قل

2. الزاوية المنخفضة Low angle

تعريفها :هي وضع الكاميرا تحت مستوى العينين أي أسفل الشخص ولهذا فـان الكـاميرا تصور لأعلى في اتجاه الموضوع

- الغرض و الأهداف :-

1- تعطي إحساسا للمشاهد بزيادة حجم الموضوع

2- تعطي إحساسا بالعظمة وتظهر الشخص أكثر طولا وقوة

3- تستخدم في تصوير الإعلانات التجارية لتكبير الأحجام

4- تستخدم في الدعاية للمرشحين ورجال السياسة

3. الزاوية المرتفعة high angle

تعريفها:- هي وضع الكاميرا فوق مستوى العينين للشخص المُصَور ويكون الموضوع المُصَور منخفضا عن الكاميرا

- الغرض والأهداف :-

1- هذه الزاوية مفيدة جدا عندما ترغب أن يرى المشاهد نظرة عامة للمشهد

2- تصغير الحجم والمكانة حتى يبدو أقل من حجمه الطبيعي بهدف الإحساس بالوحدة وانهيار القوة وفقدان المنزلة والتحقير والتقزيم والظهور في موقف الضعيف

4. الزاوية المائلة canted angle

تعريفها:- هي إمالة وضع الكاميرا في الزاوية المطلوبة

- الغرض والأهداف:-

1- تستخدم في مواقف عدم الاتزان مثل السكارى والترنح

2- تتميز بالفاعلية والإثارة وعدم الاستقرار

3- تعطي إحساسا بالترقب وعدم الواقعية لدى المشاهد

5. زاوية عين الطائر Eye bird angle

تعريفها :- هي وضع الكاميرا من الأعلى في الجو

- الغرض والأهداف :-

تصوير المسابقات وتحديدا الرياضية كالسيارات

الصـــــوت

إن تركيزنا في البداية على الجانب البصري من العمل الدرامي، لم يكن يعني إطلاقاً إهمال الجانب الصوتي، أو تراجع أهمية هذا الجانب فالعمل الدرامي التلفزيوني، لا يصبح ناجحاً إلا بتكامل شروط نجاحه، والصوت شرطٌ من هذه الشروط، ولكن يجب علينا الأخذ بعين الاعتبار بأن أي تحسين للصورة على حساب الصوت يمكن أن يسيء إلى العمل ككل والعكس هو الصحيح أيضاً، وكما يقال واحد قليل واثنان كثير أي بمعني أن نعطي كل شيء حقه.

وإذا كنا قد شاهدنا من قبل، مرحلة من مراحل تطور السينما، هي مرحلة السينما الصامتة، فمن غير المعقول اليوم ـ القبول بدراما تلفزيونية لم تستفد من كل تطور تقني وفني على صعيد الصوت .

إن أول شيء فعله دخول الصوت إلى السينما، بعد انتهاء مرحلة السينما الصامتة هو إتاحة المجال لاستخدام مؤثر جديد هو "الصمت".

فالصمت لا يمكن أن يتضمن قيمة إيجابية في مسرحية إذاعية مثلاً، لأنها تتألف من كلام فقط، ولا في فيلم صامت لأنه لا يحتوي على أي كلام، وفي المسرح لا يمكن لمؤثر الصمت أن يطول أو يستعرض فترة زمنية كما في

السينما، والتلفزيون فبإمكان مؤثر الصمت هنا أن يصبح حيوياً، ومتنوعاً إلي درجة فائقة، ويمكن لنظرة صامتة أن تحكي مجلدات.

ويتألف الصوت في العمل الدرامي من:

1- الحوار بين الشخصيات

2- الصوت الداخلي

3- صوت الحركة في المشهد

4- الأصوات المحيطة في الطبيعة

5- المؤثرات الصوتية ومن بينها الموسيقى التصويرية

إن تنسيق هذه الأنواع من الأصّوات، في جملة العمل الدرامي يُلقي على طاقم العمل بمجمله مسؤولية كبيرة ينبغي حملها بثقة، ومما لاشك فيه أن الأصوات تدخل تماماً في اختصاص فنانين آخرين بالذات من جمهور التنفيذ مثل المخرج والمونتير ومؤلف الموسيقى وقسم الصوت بالأستوديو، وعلى مهندس الصوت أن يوزع هذه المسؤولية أو ينبه إليها، لأنه القاسم المشترك بين الجميع في تحملها.

المؤثرات الصوتية

يقول كراكاور في كتابه عن طبيعة الفيلم السينمائي " إن الحياة تمتلئ بالأصوات .... " ولأن الدراما التلفزيونية مثلها مثل المسرح والسينما صورة عن

هذه الحياة، فإن البناء الدرامي يحتاج إلى تلك الأصوات التي تفرزها الحياة، نستطيع أن نقول عنها بصفة عامة، أنها صوت الطبيعة أو لفتها المسموعة، بما فيها من جماد أو أشياء ثابتة أو متحركة، وأصوات الحيوانات والطيور، والأصوات الإنسانية التي لا تتبين كلماتها، ولذلك فهناك من يحلو له أن يسميها " الأصوات الطبيعية "، ولكن هذه التسمية قد تكون مضللة، لأننا في حقيقة الأمر لا نستخدم أصواتاً طبيعية على علاتها كما قد يتبادر إلي الذهن.

إن كل شيء في العمل الدرامي مختار ومنظم بطريقة خاصة، فنحن مثلاً عندما نسمع في أحد الأعمال صوت حركة المرور في طريق ما، فإننا نفترض على أيسر الأمور أن تسجيله من الطبيعة مباشرة باستعمال الميكروفون، ولكن علينا أن نلاحظ بأن الميكروفون قد وضع عند التسجيل في مكان معين، ولو وضع في مكان آخر لكان العطاء مختلفاً، وإذا تم تسجيله من الطبيعة في موعد آخر لكان العطاء مختلفاً، وكذلك بالنسبة لاختيار اليوم .... وهكذا .... بل إنه تجري بعض الإجراءات الفنية للتحكم في نوعية الصوت، وقد نضيف إليه صوتاً أخر معه آلة تنبيه من خاص، للحصول على التأثير المطلوب .

أي أننا في النهاية لا نخضع للظروف أو عشوائية التسجيل ولكننا نختار وننظم وصولاً إلي صوت له طبيعة خاصة، يحمل الإيحاء بالواقع في نفس الوقت، فالأصوات إذن يتم التعامل معها للوصول إلي تأثير خاص، ومن ثم فمن الأنسب أن نسميها " مؤثرات صوتية ".

- **أقسام المؤثرات الصوتية**

1. واقعي أو غير واقعي

إذا سقط رجل على الأرض وسمعنا الصوت المعتاد فهو صوت (واقعي)، أما إذا سمعنا بدلاً من ذلك صوت انهيار العمارات فهو صوت (غير واقعي) .

2. متوافق أو مضاد

ينفخ الحكم في صفارته ونسمع صوتها فهو صوت متوافق أو مواز لصوته وهو ينفخ فيها، أما إذا سمعنا بدلاً من ذلك صوت صفارة إنذار أو سرينة سيارة حريق فهو صوت غير متوافق أو صوت متباين، أو طفلة تجري ونسمع وقع خطواتها الرقيق، فهو صوت متوافق، وإذا سمعنا صوت حوافر حصان فهو صوت متباين أو مضاد وهكذا.

3. متزامن أو غير متزامن

ومعني التزامن أن نرى الصورة ونسمع ما فيها من أصوات في نفس الوقت، أما أن نرى صورة ونسمع صوتاً آخر، فهو صوت غير متزامن، فمثلاً نرى البحر ونسمع صوت الأمواج، فهو متزامن، ولكن أن تكون داخل حجرة دون أن ترى البحر ولكن نسمع صوت الأمواج فهو صوت غير متزامن.

ويمكن أن تتواكب الأصوات مع بعضها، أو يتم التنويع في طرق استخدامها المذكورة أو طريقة تسجيلها وإنتاجها، كما يمكن إلغاؤها عن عمد في بعض المواقف، أو المبالغة في شدتها .

وعلى الجملة، فالمؤثرات الصوتية تعطي مجالاً رحباً للتعبير، فوق ما تعطيه من لمسة الحياة والحيوية، ولا ننسي أهميتها باعتبارها لغة عالية ليفهمها الناس جميعاً .

- **فوائد المؤثرات الصوتية**

1. **تحديد المكان**

نرى عن قريب رجلاً على بعد، ونسمع أثناء ذلك أصوات المطار المعتادة مع صوت إقلاع طائرة أو هبوطها، فنفهم أنه في المطار، فإذا سمعنا أصوات المقهى المعتادة لعب الطاولة مثلاً نفهم أنه يجلس في مقهى .

نرى فتاة ترتب فراشها ونسمع أًصوات بعض المواشي، فنفهم أنها في الريف، فإذا سمعنا أصواتاً كثيرة لأطفال يلعبون فقد نفهم أنها تسكن بجوار مدرسة أطفال.

2. **تحديد الزمان**

نعود إلى الفتاة في فراشها وهي نائمة ونسمع نقيق الضفادع وصوت صرصار الغيط من بعيد، نفهم أننا في الليل فإذا سمعنا بالإضافة إلي ذلك،

ثلاث دقات من الساعة فنحن في الثالثة صباحاً، وإذا سمعنا بدلاً من ذلك صوت عصافير مرحة فنعرف أنه قد أشرق النهار.

3. مرور الوقت

في مثال سابق، نرى الفتاة النائمة ونسمع نقيق الضفادع مع صرصار الغيط، ثم تمزج الأصوات إلي صوت العصافير، فنعرف أن الوقت قد مر من الليل إلي الشروق .

4. تقوية التأثير وإضفاء المزاج النفسي

- إعطاء صدي أو ترداد لصوت وقع الأقدام في منزل مهجور لتعميق الرهبة، وعمل صرير للأبواب لنفس الغرض .

- ينظر الشاب المعتقل إلي الحنفية التي ينزل منها الماء نقطة نقطة، ويتزايد الصوت – ذاتياً – حتى يصبح كالمطارق، وهو من وسائل التعذيب المعروفة.

5. الأصوات الرمزية والمستعادة والأصوات الدالة

والمقصود بالأصوات الرمزية والمستعادة هنا هي الأصوات المألوفة لدى المشاهد، فإذا كانت من عالم الفيلم، فهي رمزية وصوتها يدل على مصدره المعروف لديه، وإن كانت من خارج عالمه أو مجاله، فهي مستعارة وصوتها لا يدل على مصدره، ولكنه مستعار لما يراه معها.

مثال: (إذا سمع صوت سرينه، فهو يعلم أنها ترمز إلي سيارة بوليس أو حريق أو إسعاف تمر بالمكان، وإذا رأينا رجلاً يدخل بقوة إلى مكان ما وسمعنا معه صوت زئير أسد فهو استعارة لأننا استعرنا الصوت من خارج مسرح الأحداث)، وهنا فإن الصوت لا يدل على أسد ولكن على قوة الرجل وشجاعته، فكان الرجل هو الأسد.

أما الأصوات الدالة فهي التي تتولد دلالتها من العمل نفسه بتكرارها أولاً حتى تكتسب الدلالة الصحيحة.

والرمز في العادة لا يعبر عن نفسه، ولكن شيء أخر أكبر منه في الأغلب، فالسرينة لا تعبر عن نفسها ولكن عن سيارة ما مما ذكرناه وليس عن سيارة نفسها .

أما الصوت الدال فهو يختص بالعمل ودلالته خاصة، فمثلاً إذا وجدنا شخصية تصفر بفمها بطريقة معينة وتكرر ذلك منها فقد أصبح الصفير صوتاً دالاً على هذه الشخصية بعينها، وكذلك الحال إذا كانت تدق جرس الباب بطريقة معينة وهذا صوت دال موضوعي .

6. الإيجاز للتركيز أو التذكر

ويأتي هنا بإيجاز الحذف، وهو في العادة يقدم ذاتياً، أي من خلال إحدى الشخصيات، وفيه تحذف الأصوات الواقعية المصاحبة ويبقى صوت

واحد هو الذي يهم الشخصية سماعه، والصوت الباقي قد يكون من الحوار أو من المؤثرات الصوتية.

فمثلاً : (تسير فتاة على الشاطئ ونسمع صوت البحر وأصوات الرواد ثم يبدو وكأن المكان يثير ذكرياتها والكاميرا مركزة عليها، حيث تختفي أصوات المكان ويحل محلها أصوات (أو حوار) من الماضي فإذا انتهت هذه الأصوات وعدنا إلي سماع أصوات المكان فإننا نفهم أنها تعود من ذكرياتها إلي الحاضر).

الموسيقى

من أنواع الموسيقى:

1. **الموسيقي الواقعية**

ونعني بها الموسيقي أو الغناء الذي يأتي من داخل العمل نفسه، كأن نري شخصية تعزف على آلة موسيقية وأخرى تغني، أو نرى فرقة الموسيقي والأغاني في إحدى الحفلات، أو يدير أحدهم جهاز الراديو والتلفزيون، نسمع أو نرى ونسمع من خلاله شيئاً من الموسيقي أو الغناء ... وهكذا .

وبالطبع، فإن الموسيقي الواقعية تخضع للسياق ومتطلباته الدرامية والجمالية، كما أنها تتسم بالواقعية فعلاً بتواجدها في نطاق الأحداث أمام أعيننا .

وقد اعتبرناها واقعية مع شيء من التجاوز، لأنها من المواصفات الفنية التي يقبلها المشاهد، أن تأخذ فتاة في الغناء والعزف على آلة موسيقية، ومع ذلك نسمع آلات أخرى تصاحبها لإثراء الغناء أو العزف، مع أن هذه الآلات غير موجودة في الواقع المرئي، وكذلك الحال في الأفلام الاستعراضية، فإنه من الممكن أن نرى أحدهم يرقص في منزله أو في الطريق أو أي مكان آخر، ومع ذلك نسمع موسيقي تصاحب الرقصة، دون وجود مصدر واقعي لها أمامنا ونعتبرها أيضاً موسيقي واقعية .

- **وظائف الموسيقي الواقعية**

- إضفاء الجو المناسب أو المزاج المناسب
- إعطاء اللمسة الواقعية
- التأثير الإيجابي على شخصية أو أكثر، ومن ثم يتأثر الفعل بها
- التعبير عن الانفعال والأزمة والتدبر

- **أشكال الموسيقي الواقعية**

- أن تأتي كعلامة أو مصاحبة أو عابرة، مثل صغير الشرير، وهذه الموسيقي تقترب كثيراً من المؤثرات الصوتية إذ أن دلالتها تأتي

من مجرد تواجدها كصوت، لا من طبيعة أنغامها أو معاني كلماتها .

- أن تلعب طبيعة أنغامها وبنائها الموسيقي أو كلماتها دوراً في الأحداث، ومن ثم يتحتم الاستماع إليها جيد واستيعابها من المشاهد كجزء لا يتجزأ من الحدث، مثل عزف موسيقي معينة يطلبها البطل من الفرقة الموسيقية .

- أن تكون الموسيقي في صلب العمل ومحوره الرئيسي، مثل الأعمال الغنائية والاستعراضية الزاخرة بالغناء والموسيقي .

ونحب أن ننوه بأن الموسيقي مع الصورة تعطي تأثيراً مختلفاً مجرد الاستماع إليها، فالصورة تفرض وجودها دائماً كما أن سياق الحبكة يؤثر على الاستماع مهما قل شأن المادة القصصية .

2. الموسيقي التصويرية

وهي الموسيقي المضافة إلي العمل من خارجه إذ أنه لا يوجد لها مصدر في مجاله أو مسرح أحداثه، وبالرغم من ذلك فهي تعتبر عنصراً من أهم عناصره، واستخدامها فيه هو القاعدة، والاستثناء هو عدم استخدامها اكتفاء بالموسيقي المباشرة أو بالمؤثرات الصوتية .

إذن فالموسيقي المصاحبة لدراما الشاشة هي موسيقي ارتباطية بالضرورة، وطالما أننا نستخدم موسيقي ارتباطية أي ذات معنى معين، وأنها تزداد ارتباطاً وتحديداً للمعني بمصاحبتها للصورة، أو تسفر عن معني جديد بمركب الصورة والصوت، إذن فهي تسهم إيجابياً في معطيات دراما الشاشة .

- **وظائف الموسيقى التصويرية**

1. **وصف المكان**

ولنفرض أننا نرى لأول مرة مع الشخصية مكاناً خلوياً جميلاً أو منزلاً مهجوراً يوحي بالرهبة، فإن الموسيقي يمكنها مع الصورة والمؤثرات الصوتية أن تعطي الوصف الصحيح بما لا تستطيع الكلمات أن تعبر عنه، ولذلك فإن يحسن في هذه الحالة أن يكتفي الكاتب بتعبير الوجه وأن يستغني عن الحوار حتى لا يعطل تدفق الموسيقي والمؤثرات الصوتية.

2. **الإرهاص بأحداث قادمة**

فمثلاً : (إذا كنا نعلم أن الشخصية مطاردة من آخرين، وهي تدخل أحد الأماكن التي يحتمل أن يصل إليها مطاردوها، ونسمع عندئذ موسيقي ترهص بالشر، فسوف يحدث التوقع عند المشاهد في الطريق الصحيح)

3. **تأكيد الانفعال**

فمثلاً : (إذا كانت هناك مناقشة حامية بين شخصين وهما على انفعال واضح، والحوار يتسم بالأهمية، والمشاهد يركز انتباهه، فلا داعي إطلاعاً للموسيقي، بل لا داعي لها ولأي صوت أو حركة تشتت الانتباه)

وفي المواقف الغرامية وما فيها من انفعال لا يخفي على أحد فيجب أيضاً استخدام الموسيقي بحذر حتى لا تفسد جمال المشهد.

4. **تأكيد الفعل**

وهو من الاستخدامات التقليدية للموسيقي، وخاصة مع المعارك والمطاردات فهي تساعد على رفع الإيقاع، ويستحسن أن تصمت الموسيقي عند اللحظات الحرجة من المعركة أو المطاردة، إذ أن صمتها يعطي إحساساً للمشاهد بأنه يصل إلي الأزمة الكبرى فيزداد اهتماماً وتركيزاً، فصمتها إذن قوة وعودتها بعد الصمت قوة جديدة .

5. **إضفاء المزاج النفسي**

الموسيقي هنا لا تعبر عن الشخصية في انفعالها، ولكنها تعطي طابعاً عاماً ينسجم مع العمل في مجموعة، وكأنها تستدعي من المشاهد مزاجاً خاصاً يستقبل العمل من خلاله، ويظهر هذا بوضوح في الموسيقي الافتتاحية التي تصاحب العناوين فتهيئ المشاهد لأسلوب استقبال العمل.

6. **التعليق الصريح الصارخ**

فمثلاً : (نرى رجلاً ضخم الجثة يتقدم بقوة توحي بشر عظيم، ونـسمع معـه موسـيقي راقصة، وكأنها تعليق على الرجل بأنه طبل أجوف وأنه في حقيقته جبان)

7. **التعبير عن فكر الشخصية أو اتجاهها**

الصورة هنا لا توحي بما يدور في ذهـن الشخـصية أو توضـح اتجاههـا، وإلا تحولـت إلي تأكيد الانفعال.

فمثلاً : (يمكن أن نرى شاباً يرتـدي ملابـسه بـبعض الـسرعة، ونـسمع عندئـذ موسـيقي عاطفية، فنفهم أنـه يـستعد للـذهاب إلي موعـد غرامـي، أو موسـيقي راقـصة فكأنـه عـلى وشـك الذهاب إلي مرقص، أو موسيقي جنائزية توحي بأنه ذاهب إلى العزاء .... وهكذا)

8. **الربط بين المشاهد**

كثيراً ما يكون الانتقال بين المشاهد غير مـبرر بعلاقـة الـسببية مـثلاً، أو أن تكـون هنـاك مشاهد غير متتابعة زمنياً وإن كان يربطها معني واحد مثل الاسـتعداد للحـرب، أو توثـق العلاقـة بين شاب وفتاة بلقطات نراهما فيها معاً في أماكن متعددة دون اهتمام بعلاقة الـسببية أو التتـابع الزمني.

9. **المعاونة على إصلاح الخلل في الإيقاع**

كثيراً ما يحس صانع الفيلم بوجود خلل في الإيقاع لا يتيسر له التغلب عليه، ويمكن للموسيقي عندئذ أن تصلح من الأمر، وفي هذه الحالة إن إسهام الموسيقي محدود والأفضل مراجعة العمل لإصلاح الخلل، أو التقليل منه بقدر الإمكان .

10. التعبير عن الصراع الداخلي لدى الشخصيات المركبة

هنا يمكن للموسيقي أن تزيدنا إحساساً به باستخدام الطباق في الموسيقي نفسها، فيعبر خطها اللحني الأول عن السمة الأولي والخط اللحني الثاني عن السمة المضادة، ويتراكب الخطان مع بعضهما البعض أو يعقب أحدهما الأخر، وهما يتأرجحان في علاقتهما بين الشدة والخفوت، والسرعة والبطء والسيادة الكمون والنصر والهزيمة ... وهكذا، حسب ما هو مطلوب من الموقف وتطور الصراع .

11. إظهار العودة إلى الوراء أو تذكر الشخصية أو التفكير في الأمل

قد نكتفي بالموسيقي في هذه الحالة دون أن نلجأ إلي سماع حوار سابق وذلك عندما نرى إحدى الشخصيات وهي تسبح بأفكارها لاجترار موقف من الماضي.

12. إعطاء العمق للمكان

فمثلاً : (إذا كنا في بيت ريفي صغير، وأردنا أن نعطيه شيئاً من العمـق، فمـن المفـروض أن نستمع معه إلي موسيقي معقدة التركيب، بتوزيعها الآلي الكبير، ومن فرقة موسيقية كاملة)

13. الحلول محل الحوار أو المؤثرات الصوتية

وهو من الاستخدامات الجيدة للموسيقي، وذلك عندما يصل الحـوار إلى تحقيـق غرضـه ولكن لابد من استمراره مع عدم وجود إضافة هامة، هنا تتصاعد الموسيقي أثناء الكلمات الأخـيرة الهامة، ويزيد تصاعدياً في الشدة حتى تطغي على الحوار تماماً وكأنها تأكيد لردود الأفعال، ويمكـن أن نسمع معها باقي الحوار خافتـاً أو نلغيـه تمامـاً ويمكـن أن يحـدث نفـس الـشيء مـع المـؤثرات الصوتية، وإن كان من الأفضل ألا نلغيها تماماً، ونتركها خافتة في الخلفية.

المصادر والمراجع

- المدخل إلى الإذاعة والتلفزيون، أمجد عمر صفوري، جامعة الزرقاء
- دراسة حول وسائل الإعلام في المجتمعات الحديثة (تأثيراتها، وظائفها،استخداماتها) د. محمد عبد النبي الموسوي
- مقال بعنوان (دور الإعلام في مكافحة الفساد المالي والإداري) / الكاتب صالح الطائي / صحيفة المؤتمر تاريخ 2009/3/2.
- التلفاز وتقنياتة، وائل محمد سعيد، ندوة المؤتمر الشعبي الليبي السنوي 2009.
- التلفاز كوسيلة للحوار، وائل محمد سعيد، ندوة المؤتمر الشعبي الليبي السنوي 2009.
- الراديو في القرن الواحد والعشرين، محمد صبحي دحوم، منشورات كلية الإعلام في جامعة دمشق 2005.

الفهرس